

NELONEN.FI INTERNET-PALVELUIDEN UUDISTUS

OLLI HANNONEN

KANDI OPINNÄYTETYÖ

*Appearances are only part of the story:
usability and understandability are more important.
Donald A. Norman*

OSA 1

GRAAFINEN SUUNNITTELU

MEDIAN LAITOS

AALTO-YLIOPISTON TAIDETEOLLINEN KORKEAKOULU

*Digimedian lopullisen läpimurron esteenä uutisvälineenä on tois-
taiseksi ollut paitsi sen kömpelö visuaalinen käyttöliittymä, myös
uutistarjonnan rajallisuus, koska digitaalista uutisvälitystä hoi-
tavat paljolti perinteiset mediatalot. Niistä useimpien intressinä
on joko sanomalehden tai television pitäminen päätuotteena. Nii-
den luovuutta kahlitsee emämedian perinne. Niinpä digimedia on
vielä horseless carriage -vaiheessa niin kuin auto oli 1900-luvun
alussa. Vasta kun auto vapautui hevosen haamusta, siitä saattoi
tulla se miltei itsestään selvä kotieläin, joka se nyt on.*

ERKKI KAUHANEN | JARI KAIVO-OJA | ANTTI HAUTAMÄKI

Innovaatiomedia, Journalismi tulevaisuuden tekijänä

1 TIIVISTELMÄ

Valitsin kandidityöni aiheeksi *Nelonen.fi* Internet-sivujen ilmeen ja konseptin uudistamisen. En osaa kertoa yhtä ainoata syytä miksi valitsin juuri tämän aiheen, vaan päätöksen taustalla ovat vaikuttaneet useammat syyt. Tärkein syy tutkimuksen aloittamiselle oli kuitenkin hämmästys suomalaisten televisioyhtiöiden verkkopalveluiden erittäin huonosta tasosta. En keksinyt yhtään järkevää selitystä verkkosivujen huonolle ulkonäölle ja käytettävyydelle. Siksi päätin ottaa haasteen vastaan ja tutkia mitkä ovat ne vaikuttavat voimat – kaupallisten televisiokanavien Internet-palveluiden takana – mitkä määräävät suunnittelun suunnan. Ensimmäinen ajatus oli, että palvelut ovat epämiellyttäviä käyttää, koska kanavat ovat riippuvaisia mainoksista ja siksi sivut ovat suunniteltu mainosten ehdoilla. Tämä ajatus kuitenkin kumoutui erittäin nopeasti kun tutkin muiden maiden kaupallisten kanavien Internet-palveluja. Monien ulkomaisten – ja myös muutamien kotimaisten – mainosrahoitteisten kanavien Internet-sivuilla ei mainosten kanssa ollut niin suuria ongelmia. Suomessa sivujen taso oli useinmiten heikkoa, mutta muualla Euroopassa sekä Yhdysvalloissa mainostelevisioiden Internet-sivut olivat usein erittäin selkeitä ja käyttäjäystävällisiä. Mainosrahoitteisuus ei siis voinut olla ainoa vaikuttava tekijä sivujen heikolle visuaalisuudelle ja käytettävyydelle.

Lopputyöni koostuu kirjallisesta- ja produktiosuudesta missä pyrin esittämään työn edetessä muodostuneita ajatuksia kuvallisesti. Produktio ei ole missään nimessä vielä valmis, vaan ennemminkin ajatusten ensimmäinen kuvallinen luonnos, jonka avulla pystyn jatkamaan sivujen kehittämistä eteenpäin. Tämänhetkisessä päivätyössäni olen oppinut nopean testaamisen suuren merkitykseen jo suunnittelun aikaisessa vaiheessa. Voimme suunnitteluvaiheessa kuvitella monia eri mahdollisuuksia miten asiat toimivat, mutta emme koskaan pysty korvaamaan aitoa testaamista. Todellisuudessa asiat eivät useinkaan ole niin yksinkertaisia kuin toivomme, vaan pienetkin erot olosuhteissa vaikuttavat lopulliseen käyttökokemukseen. Koska minulla ei ole ollut mahdollisuutta tehdä demo-versiota suunnittelun edetessä, niin siksi en halunnut mennä vielä liian syvälle yksityiskohtien tutkimiseen, vaan pysyin suurempien linjojen hahmottamisessa. Palvelun suunnittelun demo-vaiheessa tulee lähestulkoon aina vastaan yllätyksiä joita kukaan ei osannut kuvitella aikaisemmin. Juuri siksi nopea testaaminen ja virheiden paikallistaminen on erittäin tärkeää tällaisen työn loppuun

viennissä. Produktiosta saa kuitenkin kohtalaisen kuvan siitä mihin suuntaan minä voisin *Nelonen.fi* palvelua visuaalisesti.

Minulla ei ollut varsinaista tutkimuskysymystä työtä aloittaessani. Jos kuitenkin pitäisi valita yksi kysymys niin se olisi hyvin yksinkertainen: Miksi *Nelonen.fi* palvelu on niin epämiellyttävä käyttää? Tällainen kysymys on hyvin laaja ja mahdollistaa monta eri lähestymistapaa ja ratkaisua. Ehkäpä se juuri kuvaakin parhaiten minua ja työskentelytapojani. En halua sitoa käsiäni liikaa ennen työn aloittamista vaan haluan olla avoin kaikille vaihtoehdoille mitkä tulevat matkan varrella vastaan. Jos ongelmaa ei pystytä ratkaisemaan graafisen suunnittelun avulla niin sitten pitää etsiä muualta työkalut ongelmien ratkaisemiseksi. Tärkeintä on parhaan mahdollisen lopputuloksen saavuttaminen parhailla mahdollisilla työkaluilla. Tämä tekee mielestäni suunnittelijan työstä mielenkiintoista. Joudumme alituisesti kyseenalaistamaan kaiken ja myös itsemme. Prosessi pitää aloittaa jokaisen projektin kohdalla alusta ja miettiä mitkä työkalut toimivat parhaiten kyseisessä projektissa.

Lopputyötäni varten luin paljon kirjallisuutta eri aihealueista mitkä liittyivät – ei aina niin suoraan – Internettiin, visuaalisuuteen ja viestintään. Kirjat käsittelivät käyttäytymäsuunnittelua, sosiologiaa, markkinointia, väriteoriaa, innovaatioita, yksinkertaisuutta, käyttäjäkeskeistä suunnittelua, verkostojen tutkimusta jne. Tutkin myös miten muut vastaavat palvelut ovat ratkaisseet niitä ongelmia, jotka nousivat työn edistymisen yhteydessä esiin. Pohdin myös mistä tämän hetken suosituimmista Internet-palveluista, sekä tietokoneohjelmista voisin lainata ideoita omaan työhöni. Usein parhaimmat ratkaisut ovat aivan silmiemme edessä mutta olemme kykenemättömiä näkemään niitä.

Työn edetessä ajatuksia palvelun parantamiseksi tuli koko ajan lisää ja tiedon keräämisen ja konseptoinnin lopettaminen oli yllättävän haastavaa. Olen aina saanut töistä eniten irti juuri konseptointi- ja suunnitteluvaiheessa ja se viekin minut usein mennessään. Kun olen saanut suunnitelmat valmiiksi päässäni, niin en aina malta enää sen jälkeen selvittää ajatuksiani paperilla, vaan pyrin ennemminkin toteuttamaan itse suunnitelmat mahdollisimman nopeasti, että pystyn jatkamaan palvelun kehittämistä oikeassa ympäristössä.

Lopputyöni teon yhteydessä olen myös alkanut katsomaan maailmaa uusin silmin. Seuraan päivittäin miten ihmiset ja ystäväni käyttävät mobiililaitteita julkisessa

tilassa ja arkipäiväisessä elämässään. Pienten lasten luonteva mobiililaitteiden käyttö on hämmästyttänyt minua suuresti ja vahvistanut uskoa siihen, että tulevaisuudessa mobiililaitteet tulevat olemaan erittäin suuressa roolissa meidän arkipäiväisessä elämäämme.

*Whenever possible, intergate groups that
appear significantly like each other*

JOHN MAEDA



*The trouble with traffic engineers is that
when there's a problem with a road, they
always try to add something. To my mind,
it's much better to remove things.*

HANS MONDERMAN

SISÄLLYSLUETTELO

- 1 Tiivistelmä
- 2 Kotimaisten televisiokanavien Internet-palvelut
 - 2.1 MTV 3
 - 2.2 TV5
 - 2.3 FOX
 - 2.4 Sub TV
- 3 Ulkomaisten televisiokanavien Internet-palvelut
 - 3.1 ITV Britannia
 - 3.2 TV 4 Ruotsi
 - 3.3 Comedy Central
 - 3.4 TV3 Norja
- 4 Suurimmat kaupalliset televisiokanavat Suomessa
- 5 Sanoma konserni ja Nelonen Media
 - 5.1 Sanoma konserni
 - 5.2 Nelonen Media
- 6 Televisiokanava Nelonen
- 7 Nelonen.fi palvelun etusivun läpikäynti
 - 7.1 Linkit muille kanaville
 - 7.2 Mainosbanneri
 - 7.3 Navigointi
 - 7.4 Ohjelmabanneri
 - 7.5 Epämääräisiä ohjelmamainoksia
 - 7.6 Ohjelmat
 - 7.7 Ruutu.fi - Katso nyt
 - 7.8 Viihdeuutiset
 - 7.9 Nelonen nyt
 - 7.9.1 Mainosbanneri
 - 7.9.2 Nelosen uutiset
 - 7.9.3 Uusimmat uutisvideot
 - 7.9.4 Sää
 - 7.9.5 Facebook + mainokset
 - 7.9.6 Nelosella tänään
 - 7.9.7 Tärkeät päivät
 - 7.9.8 Kilpailut
 - 7.9.9 Nelosen ohjelmat A–Ö
 - 7.9.9.1 Nelonen suosittelee
 - 7.9.9.2 Ohjelmaopas
 - 7.9.9.3 Ilta-Sanomat/Helsingin Sanomat
- 8 Etusivun yhteenveto

- 9 Suunnitteluun vaikuttaneet tekijät
 - 9.1 Avoimuuden lisääminen
 - 9.2 Uusien innovaatioiden mahdollistaminen
 - 9.3 Uusien toimintatapojen ymmärtäminen
 - 9.4 Yksinkertaistaminen ja yhdenmukaistaminen
 - 9.5 Uusien toimintojen lisääminen
 - 9.6 Suunnittele itsellesi
 - 9.7 Uudet teknologiat
 - 9.8 Online-sisältö
 - 9.9 Maksullisuus
 - 9.9.1 Mainonnan suunnittelu
- 10 Produktio-osuuden läpikäynti
 - 10.1 Linkit muille kanaville
 - 10.2 Kalenteri
 - 10.3 Sää
 - 10.4 Hae/Kirjautu sisään
 - 10.5 Sosiaalinen media
 - 10.6 Ohjelmaopas
 - 10.7 Radiosoitin
 - 10.8 Ohjelmabanneri
 - 10.9 Ohjelmat
 - 10.9.1 Full screen mode
- 11 Lopputyön yhteenveto
- 12 Lähdeluettelo
 - 12.1 Kirjat
 - 12.2 Internet

2 KOTIMAISTEN TELEVISIOKANAVIEN INTERNET-PALVELUT

2.1 MTV3.FI (OSA 2 s.2)

Mainokset hallitsevat MTV3:en sekavaa laskeutumisnäkyä. Paljon erilaisia pieniä ja isoja elementtejä jotka kilpailevat keskenään käyttäjän huomiosta. Katseen on vaikea tarttua mihinkään kunnolla. Ensivaikutelma ei tunnu siltä, että oltaisiin televisiokanavan Internet-sivuilla. Sivun tausta on jätetty kokonaan käyttämättä hyödyksi joka on vain säädetty keskiharmaaksi.

2.2 TV5 (OSA 2 s.3)

Visuaaliselta kuvamaailmaltaan nuorekas ja hauska. Vaikutelma ei ole kovin arvokas mutta toimii varmasti hyvin nuorelle kohdeyleisölle.

Tausta on käytetty hyvin kanavan oman ilmeen mainostamiseen. Navigointi on helposti löydettävissä ja kaikki käyttäjälle tärkeimmät palvelut löytyvät heti sivun yläosasta. Ohjelmabannerissa kuvalle ja tekstille on varattu selkeästi eri osat. Tällä ratkaisulla vältetään monilta ongelmilta mitkä seuraavat tekstin asettamisesta kuvan päälle. Yksinkertaisuus ja selkeä värien käyttö antaa viimeistellyn vaikutelman. Myös ohjelmat on nostettu esille jo laskeutumisnäkyyn. Eri osat on lajiteltu laatikoin ja viivoin. Koska sivuilla ei ole paljon mainoksia niin, huomio kiinnittyy paremmin itse sisältöön. Ensimmäinen mainos tulee vasta laskeutumisen alaosassa.

2.3 FOX (OSA 2 s.2)

FOX:in Internet sivut ovat Suomessa toimivien televisiokanavien paremmasta päästä. Graafisesti erittäin selkeät sivut jossa sisällölle on annettu riittävästi tilaa. Kanavan oma graafinen ilme on hillitty. Sivuilla on käytetty vain muutamaa tehosteväriä, sekä eri asteisia tummia ja vaaleita alueita eroittamaan sivun eri osat toisistaan. Fox:in sivulla teksteille on aina annettu oma kuva ja vain olennainen tieto on tuotu esille laskeutumisnäkyyn.

Sivun mainonta ei ole mielestäni onnistunut. Mainokset määrittyvät käyttäjän hakuhistorian mukaan. Itse olen viime aikoina etsinyt kenkiä Internetistä ja siitä syystä minulle tarjotaan koko ajan mainoksia kengistä. Mainonnan pitäisi olla mielestäni paremmin yhteydessä sivuilla tarjottavaan sisältöön kuin käyttäjään. Mainoshuuto-kauppojen määrittelemät mainokset antavat minulle halvan vaikutelman palvelusta.

Sosiaalisen median tuominen esille jo heti laskeutumisnäkyymään on hyvä ratkaisu.

2.4 SUB TV (OSA 2 s.3)

Sub TV:n sivut ovat mielestäni myös Suomessa toimivien televisiokanavien paremmasta päästä, vaikka myöskään ne eivät ole erityisen mahtavat. Sivun yläosan mainos ei häiritse paljoa, koska se on hyvin suunniteltu ja asettuu sivulle kauniisti. Sivun tausta on valjastettu kanavan oman ilmeen mainostamiseen, mikä vahvistaa mielikuvaa voimakkaasta ja laadukkaasta brändistä. Navigoinnista löytyy tärkeimmät linkit alasivuille. Linkit jotka vievät selkeästi eri palveluun ovat erotettu nuolilla jotka indikoivat käyttäjälle linkkien poikkeavan aiemmista. Pieni yksityiskohta millä kuitenkin on suuri vaikutus käyttäjälle. Suosituimmille ohjelmille on annettu omat pikalinkit navigoinnin alapuolelle mistä pääsee myös helposti kanavan kaikkiin ohjelmiin. Mainosbannerit on kaikki huolella suunniteltuja. Ainoana selkeänä ongelmana näen nuolen millä käyttäjä voi vaihtaa banneria. Nuoli sekoittuu helposti bannerin sisältöön ja sotkee muuten laadukkaan vaikutelman.

*Design thinking is all about exploring
different possibilities*

TIM BROWN

3 ULKOMAISTEN TELEVISIOKANAVIEN INTERNET-PALVELUT

3.1 ITV BRITANNIA (OSA 2 s.4)

Ensimmäiseksi huomioni kiinnittyy mainosten melkein täydelliseen puuttumiseen sivuilla (*mainoksia on hieman etusivun alaosassa ja nekin liittyvät jollain tavalla television.*). Sivut ovat hyvin selkeät. Tausta on tumma jonka seurauksena informaatio ja kuvat nousevat taustasta selkeästi esille. Sivuilla on erittäin vähän mitään ylimääräistä ja sivun eri osat ovat jaoteltu selkeästi viivojen, typografian ja värien avulla. Jaottelut ovat hienovaraisia, mutta muodostavat tarpeeksi tunnistettavat rajat eri osien välille. Yläosa on pyhitetty navigoinnille ja siltä löytyvät tärkeimmät linkit sivun muihin osiin. Linkit johtavat *tv-ohjelmiin, ohjelmaoppaaseen, ITV playeriin ja uutisiin. (Uutiset on vielä jaoteltu britannian maanosien mukaan).* Etusivulta näkee heti mitkä ohjelmat pyörivät tällä hetkellä yrityksen omilla kanavilla, mitkä ovat katsotuimpia ja miten ihmiset kommentoivat ohjelmia sosiaalisessa mediassa. Monella ohjelmalla on omat profiilit Twitterissä ja Facebookissa, jotta katsojat voivat saada informaatiota vain niistä ohjelmista mistä he todella pitävät. Etusivulla on myös ITV:n omien ohjelmien bannerimainoksia, mutta ne eivät ole kooltaan kauhean suuria. Kaikki käyttäjän kannalta tärkeä informaatio on saatu hyvin kompaktiin tilaan.

3.2 TV 4 RUOTSI (OSA 2 s.4)

Heti sivun ylälaidasta löytyy positiivinen yllätys. Sivun yläosa on annettu kokonaan ohjelmaoppaan käyttöön, joka näyttää sillä hetkellä kanavalla esitettävän ohjelman. Ohjelmaoppaan voi avata isommaksi – vasemmassa laidassa olevasta nuolesta – jolloin käyttäjä näkee myös samaan kanavaperheeseen kuuluvien muiden kanavien televisio-ohjelmat. Informaatio on jaoteltu selkeästi. Oppaasta näkee nopeasti mitkä ohjelmat ovat tällä hetkellä esityksessä ja kuinka kauan ne vielä kestävät. Isosta näkymästä pääsee siirtymään kätevästi myös ohjelmanäkymään mistä käyttäjä saa tarkempaa tietoa ohjelmista. Sivuilla on jonkin verran mainoksia, mutta niille on varattu selkeät paikat, eivätkä ne kilpaile liiaksi sisällön kanssa.

Navigointi on hyvin saman tyylinen kuin ITV:lläkin. *Ohjelmat & kalenteri, Netti-televio, Uutiset ja Urheilu.* Navigoinnissa on yksi ongelma. TV4 play vie käyttäjän erilliselle sivulle vaikka linkki näyttää saman arvoiselta muiden navigoinnin linkkien kanssa. Saman näköisten linkkien – mitkä ovat vielä ryhmitelty yhteen – pitäisi mie-

lestäni myös käyttäytyä samalla tavalla. Ei yllätyksiä käyttäjälle, vaan sivun logiikan pitää pysyä järjestelmällisenä. Järjestelmällisyydessä on hyvä pysyä, että käyttäjä oppii paremmin ja nopeammin kuinka sivut toimivat.

Tieto on jaoteltu sivuilla kohtalaisen hyvin. Joissainkin kohdissa eri osien väliin on jätetty mielestäni liiankin paljon tyhjää tilaa, ja siksi eri osat tuntuvat ”leijuvan” sivuilla. Kuvavalinnat ovat huolellisia ja kuviin liittyvä grafiikka on myös erittäin viimeistellyn ja suunnitellun näköistä.

3.3 COMEDY CENTRAL (OSA 2 s.5)

Comedy Central:in sivut ovat hyvin graafiset ja selkeät. Sivuilta on karsittu kaikki turha pois ja sisällölle on annettu suurin rooli. Tausta on tumma minkä ansiosta kuvat nousevat hyvin esille. Myös Comedy Central:in sivuilla ohjelmaopas on nostettu hyvin keskeiselle ja näkyvälle paikalle. Ohjelmien mainosbannerit on suunniteltu huolellisesti ja ne on eroteltu tyylikkäästi väreillä. Tärkeimmille ohjelmille on annettu selkeä osa etusivun laskeutumisnäköistä. Niistä pääsee myös suoraan katsomaan kyseisiä ohjelmia. Comedy Central:in suosittelemat ohjelmat on myös nostettu sellaiselle paikalle mistä käyttäjän on helppo löytää ne. Laskeutumisnäköistä löytyy vielä uusimmat päivitykset mistä näkee nopeasti mitä sivuilla on viimeiseksi tapahtunut.

3.4 TV3 NORJA (OSA 2 s.5)

Norjan TV3 on käyttänyt sivun taustan tehokkaasti hyödyksi. Se on myyty kokonaan mainostilaksi, minkä ansiosta mainoksia ei tarvitse laittaa niin paljon sisällön joukkoon. Tällaisessa ratkaisussa on omat hyvät puolensa mutta vaarana myös, että käyttäjä kokee mainokset liian aggressiivisina ja siitä johtuen mielikuva kanavasta saattaa muuttua negatiiviseksi. Navigoinnin sijainti poikkeaa televisiokanavien yleisestä käytännöstä. Se on sijoitettu sisältöalueen vasempaan laitaan, kun taas monilla muilla kanavilla se on useimmiten sijoitettu sivun yläosaan.

Jokaiselle ohjelmalle on varattu tila omalle kuvalle. Eri osiot on jaoteltu kohtalaisen hyvin. Sivulle muodostuu paljon eri tasoisia vaakalinjoja mitkä tekee vaikutelmasta ajoittain sekavan.

4 SUURIMMAT KAUPALLISET TELEVISIOKANAVAT SUOMESSA

Suomen kaupallisia televisiomarkkinoita hallitsee kaksi mediataloa. *Nelonen media* ja *MTV media*. *Nelonen media* kuuluu *Sanoma*:an ja *MTV media*:n omistaa ruotsalainen perheyhtiö *Bonnier AB*. *Nelonen Media*lla on kahdeksan kaupallista televisiokanavaa. Näistä kolme on maksutonta: *Nelonen*, *Jim* ja *Liv* ja loput viisi ovat maksullisia: *Nelonen Pro 1*, *Nelonen Pro 2*, *Nelonen Kino*, *Nelonen Perhe* ja *Nelonen Maailma*. *MTV Median* portfolioista löytyy kymmenen televisiokanavaa. Niistä kolme *MTV3*, *Sub* ja *AVA* ovat maksuttomia, ja loput seitsemän maksullisia *MTV3 Max*, *MTV3 Fakta*, *MTV3 Leffa*, *MTV3 Juniori*, *MTV3 Komedia*, *MTV3 Sarja* ja *MTV3 Fakta XL*. Omien kanaviensa lisäksi *MTV Media* edustaa suomessa myös *C More:a* (entinen *Canal+*). Kolmanneksi suurin kaupallinen mediatalo Suomessa on *Sbs-media*, jonka portfolioista löytyvät *TV5* ja *TV6* (entinen *The Voice*). Jokaisella kolmella yrityksellä on portfoliossaan myös kaupallisia radiokanavia.

5 SANOMA KONSERNI JA NELONEN MEDIA

5.1 SANOMA KONSERNI

Nelonen median omistavalla Sanoma-konsernilla on liiketoimintaa media-alalla Suomessa ja Euroopassa. Sanoma on Euroopan suurin media-alan yritys. Sanoma-konserni luonnehtii itseään näin:

Sanoma on kuluttajamediaan ja oppimiseen keskittyvä johtava eurooppalainen konserni. Sanoman liikevaihto oli vuonna 2011 2 387,1 miljoonaa euroa ja liikevoitto 224,1 miljoonaa euroa. (<http://www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-lyhyesti>).

Sanoman visio: ***mahdollisuuksien ja huipputekemisen mediakonserni.***

5.2 NELONEN MEDIA

Nelonen media määrittelee itsensä näin:

Nelonen Media on voimakkaasti kasvava sähköinen mediatalo, joka hemmottelee suomalaisia kellon ympäri katsottavalla ja kuunneltavalla monen eri median voimin. Kahdeksan televisiokanavaa, kaksi radioasemaa, netti-tv sekä useat eri nettisivustot tarjoavat erilaisiin tarpeisiin ja hetkiin sisältöjä, joiden seurassa viihdytään. Nelonen Median televisiokanavat tavoittavat lähes neljä miljoonaa ja radiokanavat yli miljoona kuulijaa viikossa. (www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-media-finland2/sanoma-media-finland-lyhyesti)

TEN LAWS

by john maeda

1. REDUCE

the simplest way to achieve simplicity is through thoughtful reduction.

2. ORGANIZE

organization makes a system of many appear fewer.

3. TIME

saving in time feel like simplicity

4. LEARN.

knowledge makes everything simpler.

5. DIFFERENCES

simplicity and complexity needs each other

6. CONTEXT

What lies in the periphery of simplicity is definitely not peripheral

7. EMOTION

more emotions are better than less

8. TRUST

in simplicity we trust

9. FAILURE

some things can never be made simple

10. THE ONE

simplicity is about subtracting the obvious, and adding the meaningful.

6 TELEVISIOKANAVA NELONEN (OSA 2 s.6)

Päädyin lopputyössäni tutkimaan televisiokanava *Nelosen* Internet-palveluja. Valintaani vaikutti se, että *Nelonen* on yksi Suomen suosituimmista televisiokanavista ja sen omistaja *Nelonen Media* on osa *Sanomaa* joka on Euroopan suurin mediatalo. On mielenkiintoista tutkia miten euroopan suurin mediatalo yrittää ratkaista Internet-palveluihin liittyviä ongelmia.

Sivutan tutkimuksessa hieman myös Muita *Nelonen Median* omistamia televisio- ja radiokanavia koska ne liittyvät tiiviisti yhteen *Nelonen.fi* sivustoon. Pohdin myös uusia mahdollisuuksia miten muita kanavia voitaisiin tuoda luonnollisesti ja paremmin esille *Nelonen.fi* palvelussa ja kuinka muiden kanavien tarjontaa voitaisiin hyödyntää paremmin myös *Nelonen.fi* sivuilla.

7 NELONEN.FI PALVELUN ETUSIVUN LÄPIKÄYNTI

7.1 LINKIT MUILLE KANAVILLE (OSA 2 s.6)

Nelonen.fi palvelun etusivu alkaa linkeillä muille *Nelonen median* omistamille televisio- ja radiokanaville, sekä *Ruutu.fi* palveluun. *Ruutu.fi* on *Nelonen Median* omistama nettitelevisiopalvelu jonka kautta käyttäjä pystyy seuraamaan *Nelonen median* tarjoamia televisio-ohjelmia Internetin kautta. Nämä muiden kanavien linkit jäävät pahasti sivun muun visuaalisuuden varjoon. Jokaisella kanavalla on käytössä oma värimaailma jota voitaisiin käyttää linkkien huomioarvon kasvattamisessa. Nyt linkkejä on vaikea havaita ja kun ne ovat melkein saman näköisiä, niin käyttäjän on erittäin vaikea erottaa nopeasti mihin kanavaan mikäkin linkki kuuluu.

Linkkien takaa aukeavien kanavien sivut ovat ilmeeltään hyvin saman tyyliisiä kuin *Nelonen.fi*, muttei kuitenkaan niin samanlaisia, että voitaisiin puhua yhtenäisestä ilmeestä. Eri kanavien sivujen rakenteissa on käytetty saman tapaisia visuaalisia elementtejä mutta johdonmukaisuus niiden käytöstä puuttuu.

Nelonen media:n brändille olisi parempi jos heidän televisio- ja radiokanavien Internet-palvelut rakennettaisiin saman logiikan ja graafiseen ohjeistuksen mukaan. Yhtenäinen ilme vahvistaisi mielikuvaa vahvasta ja laadukkaasta brändistä. Samalla voitaisiin parantaa käytettävyyttä, kun eri sivujen logiikka olisi identtinen. Käyttäjän ei tarvitsisi opetella useaa eri sivunavigointia, vaan yhden oppiminen mahdollistaisi myös muiden kanavien sivujen luonnollisen käytön. Eri sivujen elementtien yhtenäistäminen mahdollistaisi myös eri sivujen informaation jakamisen vaivattomasti eri sivujen kesken.

7.2 MAINOSBANNERI (OSA 2 s.6)

Linkkipalkin alapuolelta löytyy mainosbanneri. Sille on varattu sivun arvokkain ja näkyvin paikka. Tämä on toisaalta ymmärrettävää kun kanavan toiminta rahoitetaan suurimmaksi osaksi mainonnasta saaduilla varoilla. Ratkaisu ei kuitenkaan ole käyttäjän kannalta paras mahdollinen. Jos sivuja katsotaan pieni resoluutioiselta näytöltä, niin silloin suuri osa käyttäjälle oleellisesta tiedosta jää pahasti piiloon kun ylös on laitettu paljon mainoksia. Monilta muilta televisiokanavien sivuilta tältä paikalta löytyy sivun navigointi – tai muuta sivujen käytön kannalta olennaisempaa tietoa kuin mainontaa juuri alueen suuren huomioarvon takia. Usein näillä sivuilla mainoksille on

varattu tilaa vasta sivun alemmissa osioissa.

Mainosbanneri ei myöskään täytä kokonaan sille varattua tilaa mikä antaa vaikutelman virheestä ja jättää huonon vaikutelman palvelusta.

7.3 NAVIGOINTI (OSA 2 s.6)

Sivun käyttäjän kannalta yksi olennaisimmista tiedoista tulee seuraavaksi. Sivun navigointi mistä löytyy linkit *Nelonen.fi* palvelun alasivuihin. Sivut ovat *Etusivu*, *Ohjelmat*, *Kilpailut*, *Uutiset*, *Ajankohtaista*, *Ruutu.fi*, *Maksu-tv* ja *Voice of Finland*. Kaikki linkit vaikuttavat ulkonäön perusteella olevan saman arvoisia, mutta kun linkit avaa niin käy ilmi, että *Ruutu.fi* ja *Maksu-tv* linkit avautuvat täysin omille sivuilleen. *Ruutu.fi* palvelun sivut ovat täysin erilaiset kuin *Nelonen.fi* sivut. Niiltä ei pääse takaisin *Nelonen.fi* sivuille muuten kuin painamalla selaimen back-painiketta. *Voice of Finland*:in linkki käyttäytyy myös eri tavalla kuin muut navigoinnin aikaisemmat linkit. *Voice of Finland* ohjelman linkki aukeaa *Ohjelmat* alasivun alle, mikä siis on samalla tasolla *Voice of Finland* linkin kanssa. Käyttäjän kannalta tällainen ratkaisu on huono. Kuten aikasemmin jo totesin linkit näyttävät saman arvoisilta, mutta käyttäytyvät kuitenkin täysin eri tavoin. Epälooginen linkkien käyttäytyminen rikkoo mielikuvan sivun järjestelmällisestä toiminnasta, mikä taas vaikeuttaa käyttäjän navigointia sivuilla ja sen rakenteen hahmottamista.

Navigoinnin *Ruutu.fi* linkissä on myös sellainen pieni yksityiskohta, että se toimii täsmälleen samalla tavalla kuin ylälaidan *Ruutu.fi* linkki. Tämä on mielestäni selkeä merkki huonosta suunnittelusta. Palvelun tarjoaja tietää, että *Ruutu.fi* on erittäin tärkeä palvelu käyttäjälle ja haluaa siksi korostaa sitä sivuilla. He eivät kuitenkaan ole lähteneet ratkaisemaan todellista ongelmaa – eli *Ruutu.fi*:n huonoa esilletuontia sivulla – vaan linkkejä on vain lisätty toivossa, että käyttäjä löytäisi edes yhden niistä. *Ruutu.fi* palvelua pitäisi tuoda sivuilla ehdottomasti enemmän esille.

7.4 OHJELMABANNERI (OSA 2 s.7)

Navigoinnin jälkeen tulee *Nelosen* omien ohjelmien mainosbannereita. Bannerien laatu on usein visuaalisesti hyvin heikkoa. Kuvat ovat suurimmaksi osaksi huonolaatuisia, eikä kuvien resoluutio useinkaan riitä täyttämään sille varattua tilaa. Bannerin alaosan tekstipalkin tekstit eivät mahdu niille varattuun tilaan, nuolet joiden avulla banneria voidaan vaihtaa käyttäjän toimesta ovat viimeistelty huonosti, valkoinen

teksti kuvan päällä näyttää usein huonolta koska taustakuvassa saattaa olla juuri tekstin kohdalla vaaleita alueita joihin kirjaimet sekoittuvat häiritsevästi.

Bannerin päällä on Ruutukaappauskuva esitettävästä ohjelmasta. Kuva toimii linkkinä jota painamalla käyttäjä siirtyy *Ruutu.fi* palveluun mistä hän voi katsoa mainostettavaa ohjelmaa. Linkkikuvan keskellä on iso play- painike joka peittää suuren osan kuvan visuaalisesti tärkeimmästä alueesta. Play-painikkeen asemointi kuvan keskelle on aina huono idea koska televisioon kuvattu materiaali on suurimmaksi osaksi sommiteltu niin, että kuvan keskellä tapahtuu kuvainformaation kannalta olennaisimmat asiat. Kun play-painike on näin iso ja asemmoitu kuvan keskelle, niin suurin osa olennaisesta kuvainformaatiosta jää painikkeen alle.

7.5 EPÄMÄÄRÄISIÄ OHJELMAMAINOKSIA (OSA 2 s.8)

Ohjelmabannerin alla on lisää ohjelmamainoksia. *Hyvät ja huonot uutiset*, sekä *Sokkokokki*. *Hyvät ja huonot uutiset* bannerin kulmat on pyöristetty. Pyöristyksiä ei käytetä sivuilla järjestelmällisesti. Typografia on huonosti suunniteltua. Rivivälejä ei ole sommiteltu kauniisti ja eri fonttien välillä ei ole mielestäni tarpeeksi kontrasti.

7.6 OHJELMAT (OSA 2 s.8)

Seuraavaksi sivu on jaettu kolmeen palstaan. Ensimmäisellä palstalla on *Ohjelmat* osio. *Ohjelmat* osiossa esitellään kyseisen hetken suosituimpia ohjelmia ja kerrotaan ohjelmasta tarkemmin muutamalla sanalla. Tieto on hyvin samankaltaista kuin ylhäällä olevassa ohjelma-bannerissa. *Ohjelmat* osion yläosassa on ensimmäiseen esiteltävään ohjelmaan liittyvä iso kuva. Kuva vie paljon tilaa eikä sen suuri koko tuo huomattavasti lisäarvoa käyttäjälle, varsinkaan kun kuvien laatu on usein hyvin heikko. *Ohjelmat* osion voisi suunnitella niin, että jokaisella ohjelmalla olisi paikka kuvalle. On ylipäättään outoa, että televisiokanavan sivuilla on osia missä ei ole käytetty ollenkaan kuvaa vaan pelkkää tekstiä. Televisio perustuu kuvalle eikä tekstile. Kuvien avulla käyttäjä saa nopeasti paremman mielikuvan ohjelman sisällöstä. Pitkiä tekstejä pitäisi kanssa välttää ensimmäisessä näkymässä ja antaa kuville enemmän painoarvoa.

Jos ohjelmaa halutaan tuoda enemmän esille, ohjelma voidaan aina esitellä ylhäällä olevassa ohjelmabannerissa. Ohjelmien vielä tarkempi esittely voidaan tehdä *Ohjelmat* alasivulla. *Ohjelmat* osiossa on myös käytetty paljon turhaa toistoa. Esitel-

tävien ohjelmien nimet on merkitty ensin pienemmällä fontilla ja sinisellä tehostevärillä. Heti sen jälkeen ohjelman nimi toistuu otsikossa. Ongelmat eivät siis useinkaan ole pelkästään visuaalisia, vaan myös tekstin suunnittelussa on paljon parantamisen varaa. Osion lopussa on vielä neljä epämääräistä linkkiä muille alasivuille mitkä eivät liity selkeästi mihinkään niiden ympärillä olevaan informaatioon.

7.7 RUUTU.FI KATSO – KATSO NYT (OSA 2 s.8)

Keskimmäisellä palstalla on *Ruutu.fi* - *katso* nyt osio. Osioista löytyy kahdeksan suoraa linkkiä *Ruutu.fi*:llä esitettäviin ohjelmiin. Koska *Ruutu.fi* esiintyy niin useasti sivuilla, niin kaiken *Ruutu.fi* sivuihin liittyvän tiedon voisi kerätä yhteen, mikä helpoittaisi sen löytymistä. Yhä useampi käyttäjä katsoo ohjelmia Internetin välityksellä ja siksi *Ruutu.fi* on usein se palvelu mitä käyttäjät hakevat tullessaan *Nelonen.fi* sivuille.

Ruutu.fi - *katso* nyt osiossa on kuusi linkkiä eri ohjelmiin joita voi katsoa palvelun välityksellä. Myös näissä linkeissä on sama ongelma kuin *ohjelma*-bannerissa. Linkkien kuvat ovat Ruutukaappauksia kyseisistä ohjelmista ja play-painikkeet peittävät suurimman osan tärkeimmästä kuva-alueesta. Myös tämän palstan lopusta löytyy linkki *Ruutu.fi* palveluun. Tämä on siis jo kolmas erillinen linkki *Ruutu.fi* palveluun ja olemme vasta etusivun alussa.

7.8 VIIHDEUUTISET (OSA 2 s.8)

Osion kolmannen palstan yläosassa on *Viihdeuutiset* ja sen alta löytyy *Nelonen nyt*. Viihdeuutisissa on aina yksi isompi uutinen jonka alapuolelta löytyy muutama pienempi uutinen. Pienet uutiset hukkuvat sivun visuaaliseen hälinään ja isomman uutisen alle koska mikään ei ohjaa katsetta niiden luokse. Tässä kohtaa voitaisiin käyttää samaa ajatusta kuin Ohjelmat osiossa. Jokaiselle uutiselle pitäisi antaa oma kuva – samalla tavalla kuin *Ohjelmat* osiossa – mikä auttaisi käyttäjää muodostamaan nopean mielikuvan kiinnostavimmista uutisista. Eri osioiden välit pitäisi myös merkitä selvemmin.

7.9 NELONEN NYT (OSA 2 s.8)

Viihdeuutisten jälkeen tulee *Nelonen nyt*. Tämä informaatio on mielestäni sellaista, että sen olisi ehdottomasti oltava heti laskeutumisenäkymässä, eikä huomaamattomasti sivun laidassa. Tämä on yksi tärkeimmästä tiedosta mitä sivulla on tarjottavana ja se

on laitettu sellaiseen kohtaan mitä on melkein mahdoton löytää helposti.

7.9.1 MAINOSBANNERI (OSA 2 s.8)

Kolmen palstan kanssa samassa osiossa on myös yksi pieni bannerimainos joka on asemmoitu keskimmäiseen palstaan, Ruuti.fi - katso nyt osion alapuolelle. Sen ympärille jää paljon epämääräistä tyhjää tilaa joka voitaisiin käyttää paremmin hyödyksi joko mainostilana tai kanavan informaatiolle. Nyt kun mainos ei täytä sitä ympäröivää tilaa kunnolla, syntyy vaikutelma kuin jotain puuttuisi tai sivu ei ole vielä latautunut kunnolla. Internetissä tilaa on käytössä mlkein rajattomasti, mutta se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tilaa tulisi käyttää huolimattomasti.

7.9.2 NELOSEN UUTISET (OSA 2 s.9)

Seuraavaksi sivuilta löytyy *Nelosen uutiset* ja *Uusimmat uutisvideot*. Pääuutisen kuvavalinta hämmästyttää huonolla laadullaan. Tieto on huonosti jaoteltua ja epäjohdonmukaista. On vaikea hahmottaa mistä uusi uutinen alkaa ja mihin vanha loppuu. Osa uutisotsikoista tulee *Helsingin Sanomilta* ja uutisotsikkoa painamalla aukeaa *Helsingin Sanomien* Internet-sivut. Selkeä logiikka linkkien käyttäytymisestä puuttuu myös tässä kohtaa. Saman osion alla olevat uutislinkit voivat käyttäytyvä toisistaan täysin poikkeavalla tavalla. Osa uutisista aukeaa *Nelonen.fi* sivustolle, kun taas osa *Helsingin Sanomien* sivuille. Käyttäjän kannalta tässä toisuu sama virhe kuin sivun navigoinnissa. Kun linkkien toiminta on epäjohdonmukaista niin estetään käyttäjää oppimasta miten sivujen logiikka toimii. Tässä tapauksessa ongelmana on tietenkin myös logiikan puuttuminen. *Helsingin Sanomien* tarjoamat uutiset voitaisiin siirtää kokonaan omaan osioonsa jossa ilmoitettaisiin selkeästi, että uutiset tulevat *Helsingin Sanomilta*. Käyttäjä pystyisi kuitenkin lukemaan uutiset *Nelonen.fi* palvelun sisällä ilman, että hänen pitää siirtyä *Helsingin Sanomien* sivuille lukeakseen niitä. Jos käyttäjä kuitenkin haluaa lukea uutiset *Helsingin Sanomien* sivuilta niin tietenkin hänellä pitäisi olla mahdollisuus myös siihen, mutta lähtökohtaisesti pysyttäisiin aina *Nelonen.fi* palvelun sisällä.

Typografia on myös heikkolaatuista *Uutiset* osiossa. HS.fi merkit sekoittuvat häiritsevästi uutisotsikkojen sekaan. Tiedot milloin ja mistä uutiset ovat tuleet palveluun on joskus otsikon perässä ja toisinaan otsikon alla. Tässäkin kohdassa karsisin turhat otsikot pois ja jättäisin etusivulle vain parhaimmat ja houkuttelevimmat. Uutisia voi-

taisiin esitellä tarkemmin *Uutiset* alisivulla. Jokaiselle otsikolle pitäisi myös olla oma kuva mikä helpottaisi käyttäjää luomaan nopean mielikuvan uutisen aiheesta.

7.9.3 UUSIMMAT UUTISVIDEOT (OSA 2 s.9)

Ruutukaappaukset ovat taas erittäin huonolaatuisia. Jos Ruutukaappauksia käytetään näin suurissa määrin kuvituskuvina, niin silloin olisi todella syytä panostaa enemmän niiden valintaan ja laatuun. Myös tässä osiossa videoiden play-painikkeen huono suunniteltu häiritsee kuvainformaation lukemista. Uutisvideoiden otsikoiden typografia on myös erittäin kömpelöä. Osalla videoista on otsikko joka kertoo kuuluko video esimerkiksi *Kotimaa* videoihin (*nyt kaikista videoista puuttuu kyseinen pikkuotsikko*). Jos videolle ei ole annettu tällaista otsikkoa niin silloin sivu jättää kohdan automaattisesti tyhjäksi. Tästä johtuen, otsikko näyttää hyvin usein siltä kuin se olisi tippunut alas paikaltaan, koska otsikkoteksti ei mene linjassa kuvan yläreunan kanssa.

Videoiden alapuolella on linkki *Lisää uutisvideoita* jota painamalla pääsee Nelonen.fi alisivulle mistä löytyy enemmän samankaltaisia pieniä videouutisia. Linkki ei asetu linjaan *Uusimmat uutisvideot* osion kanssa – vaan se tippuu osion alapuolelle, – koska uutisvideoille muodostuu horisontaalinen linja *Uusimmat uutiset* kuvituskuvan alareunan kanssa. Nyt linkki ei tunnu liittyvän uutisvideoihin vaan ennemminkin *Sää* osioon.

7.9.4 SÄÄ (OSA 2 s.9)

Sää osiossa minua häiritsee erittäin paljon sen sijainti ja graafinen muotoilu. Sää on mielestäni melkein yhtä arvokasta tietoa kuin kanavan ohjelmaticodot. Jos ne halutaan tuoda sivuilla esiin, niin silloin niiden pitäisi olla hyvin selkeällä ja näkyvällä paikalla. Hyvän suunnittelun avulla säätiedot eivät vie lähestulkoon ollenkaan tilaa niin en näe mitään loogista syytä miksi niitä ei ole nostettu paremmalle paikalle.

Säässä käytetyt grafiikat ovat myös kömpelön näköisiä ja kuvituskuvana käytetty Ruutukaappauskuva on usein erittäin huonosti valittu. Tyyliltään ikonit eivät muistuta mitään Nelonen.fi sivuilla esiintyvää grafiikkaa.

Sää-osiosta löytyy paljon pieniä virheitä: *Kotimaa* valintanappula menee tekstipalkin päälle. Säägrafiikassa käytetty fontti on eri kuin Nelonen.fi sivulla muuten käytetty fontti, osion eri osat eivät ole linjassa keskenään, ikonit eivät mahdu kunnolla niille varattuun tilaan, ikoneissa ei ole käytetty ollenkaan värejä ja tuulen nopeus/

suunta grafiikka pikselöityy epämiellyttävästi. Onko tuulen nopeuden ilmoittaminen edes tarpeellista tietoa etusivulla? Mielestäni kaikki tieto on tärkeää, mutta kaikkea ei ole pakko laittaa heti näkyville. Myöskään tämä osio ja sen osat eivät asetu *Nelonen.fi* sivulle kauniisti vaan eri osat leijuvat epämääräisesti sivun oikeassa reunassa.

7.9.5 FACEBOOK + MAINOKSET (OSA 2 s.10)

Esimerkkikuva on niin iso, että pienen kannettavan tai tabletin näytöltä katsottuna tämä on ainoa asia mitä käyttäjä näkee sivusta. Kolme mainosta, paljon tyhjää tilaa ja Facebook päivitykset. Sosiaalisesta mediasta ja sen tärkeydestä puhutaan jatkuvasti – monesti jopa liian paljon – mutta sille on myös syynsä. Se on hyvin suunniteltuna erittäin tehokas tapa viestiä palvelusta. Sosiaalisen median avulla voidaan saada paljon näkyvyyttä kanavalle, jos se vain suunnitellaan kunnolla eikä näin huolimattomasti. Sosiaalinen media ehdottomasti myös heti näkyville jo laskeutumisenäkymässä.

7.9.6 NELOSELLA TÄNÄÄN (OSA 2 s.11)

Seuraavaksi tulee kolmella palstalla *Nelosella tänään*, *Tärkeät päivät* ja *Kilpailuja*. Suurin osa tästä informaatiosta on etusivulla jo toiseen kertaan. *Nelosella tänään* menee päällekkäin ohjelmien mainosbannerien kanssa jotka löytyvät heti sivun alusta. Osa tiedoista on myös *Nelosella nyt* osiossa. *Nelosella tänään* tieto kuuluu samaan joukkoon ohjelmatietojen kanssa. Kaikki ohjelmiin liittyvä voitaisiin kerätä yhteen yhdeksi isoksi kokonaisuudeksi mistä käyttäjän olisi helppo löytää itsellen tärkeä tieto.

7.9.7 TÄRKEÄT PÄIVÄT (OSA 2 s.11)

Tärkeät päivät antavat hieman uutta tietoa tulevista ohjelmista ja tapahtumista, mutta tieto on hyvin vaikea löytää. Sivuille voitaisiin rakentaa esimerkiksi kalenteri mistä löytyisi kaikki päivämääriin liittyvä tieto. Kalenterivivoisi olla sellainen, että sen kautta pystyttäisiin välittämään televisio- ja radiokanaviin liittyvää informaatiota, mutta käyttäjän ollessa kirjautuneena sisään, hän voisi tallentaa siihen myös henkilökohtaisia muistutuksia. Kalenterin voisi laittaa esimerkiksi muistuttamaan ohjelmista jotka käyttäjä haluaa katsoa. Kalenteri muistuttaisi käyttäjää ohjelman alkamisesta automaattisesti tekstiviestillä puhelimeen.

7.9.8 KILPAILUT (OSA 2 s.11)

Kilpailuille on kokonaan oma sivu *Nelonen.fi* palvelun alisivuilla. Ylävalikon

navigoinnista pääsee suoraan tälle sivulle joten on ihan turha tuoda kilpailuja esiin myös tässä kohtaa etusivua. Kaikki kilpailuihin liittyvä tieto voitaisiin kerätä *Kilpailu* alasivulle. *Nelosella tänään* ja *kilpailuja* osien thumbnail-kuvat ovat kuvalaadultaan parempaa tasoa kuin sivujen muu kuvamateriaali. Kuvissa on kuitenkin käytetty pientä kulmien pyöristystä ilman mitään näkyvää syytä. Kulmien pyöristystä ei näy käytettävän missään muualla Nelonen.fi sivuilla, paitsi alun hyvät ja huonot uutiset osiossa. Tämä rikkoo kuvien käytön säännönmukaisuuden – tai toisinsanoen kertoo – että kuvien käytössä ei myöskään ole säännönmukaisuutta. Pyöreät kulmat ovat myös haastavia muotoja heikkoresoluutioisille näytöille, koska ne eivät pysty toistamaan niitä kauniisti ison pikselikokonsa vuoksi vaan pikselöivät pyöreät muodot epämiellyttävän näköiseksi. Kuvien välissä oleva tyhjä tila ei ole vakio, vaan se määrittyy sen mukaan kuinka monta merkkiä kuvan vieressä olevaan kilpailun esittelytekstiin on käytetty. Myös esittelytekstin typografia on heikkolaatuista. Teksti ei jaottele osiota millään tavalla, vaan kaikki teksti on yhtä isoa tekstimassaa.

7.9.9 NELOSEN OHJELMAT A–Ö (OSA 2 s.12)

Seuraavaksi tulee Nelosen ohjelmat aakkosjärjestyksessä. Aakkosjärjestyksessä olevat ohjelmat voisivat sijaita ennemmin *ohjelmat* linkin taakse kuin, että ne esitettäisiin etusivun alalaidassa. Aakkosjärjestyksessä olevat ohjelmat voitaisiin laittaa erilliseen ikkunaan, joka olisi aina näkyvillä sivun reunassa jos näyttö on tarpeeksi suuri. Pienemmillä näytöillä se olisi sivun reunan takana piilossa mutta käyttäjän olisi helppo avata se sivun reunassa olevasta painikkeesta joka olisi aina näkyvissä.

7.9.9.1 NELONEN SUOSITTELEE (OSA 2 s.12)

Nelonen suosittelee jää hyvin kauas laskeutumisnäkömästä. Tämänkin informaation voisi yhdistää paremmin muiden samankaltaisten informaatioiden kanssa. Jos Nelonen kerran vaivautuu suositlemaan näitä ohjelmia niin miksi ne ovat näin kaukana laskeutumisnäkömästä? Tällaisesta ratkaisusta voi käyttäjälle helposti syntyä mielikuva, ettei Nelonen luota omiin suosituksiinsa, eikä ota niitä vakavasti kun ne ovat tuotu esille vasta etusivun alalaidassa.

7.9.9.2 OHJELMAOPAS (OSA 2 s.13)

Nelosen ohjelmat aakkosjärjestyksessä osion alapuolella on linkki *Ohjelmaoppaaseen* jonka alapuolella myös on *ohjelmaopas*. Sivuilla on siis tyyliltään ja sisällöl-

tään kaksi erilaista *Ohjelmaopasta*. Sivulla olevasta *ohjelmaoppaasta* voi vielä myös siirtyä *Ohjelmaoppaaseen*. Osioita ei ole nimetty tarpeeksi huolellisesti ja käyttäjää sekoitetaan taas ristiriitaisella informaatiolla. Kun sivujen kaksi eri osiota on nimetty täsmälleen samalla nimellä, niin miten käyttäjä voi tietää kumpaa osiota milloinkin tarkoitetaan. Jottei asia olisi tarpeeksi hankalaa käyttäjälle niin *Ohjelmaoppaasta* voi vielä siirtyä *ohjelmaoppaaseen*.

7.9.9.3 ILTA-SANOMAT / HELSINGIN SANOMAT (OSA 2 s.13)

Viimeisenä osiona tulee vielä *Iltasanomien* ja *HS.fi*:n uutiset omissa laatikoissaan. Niistä ei ensisilmäyksellä tiedä ovatko ne *Nelonen.fi* sivuston sisällä olevia uutisia vai ovatko ne linkkejä kyseisille sivuille. Kokeilun jälkeen selviää, että niitä painaessa aukeaa kyseisen lehden Internet-sivut.

Tämäkin ongelma pystyttäisiin ratkaisemaan tuomalla kaikki uutisiin liittyvä informaatio saman osion alle ja olemalla johdonmukainen linkkien käyttäytymisen kanssa.

8 ETUSIVUN YHTEENVETO

Nelonen.fi palvelun etusivu on hyvin sekava. Informaatiota on aivan liikaa ja suuri osa siitä esiintyy sivuilla useaan kertaan. Etusivu on myös hyvin pitkä. Sen pituus on yli 6000 pikseliä mikä tarkoittaa, että jos käyttäjän näytön koko pituussuunnassa on esimerkiksi 600 pikseliä, niin silloin hän joutuu skrollaamaan etusivua yli kymmenen näytön mittaa ennen kuin hän on etusivun lopussa. Sivuilla on paljon huolimattomuusvirheitä ja epäjohdonmukaisuutta. Kuvavalinnat ovat huonoja. Osioiden nimeäminen on puutteellista ja käyttäjää johdetaan harhaan ilman mitään syytä.

Samaan aihepiiriin liittyviä asioita voitaisiin kerätä enemmän yhteen ja jaotella omiksi osioiksi. *Ruutu.fi* ja ohjelmatiedot olisi ainakin syytä järjestellä helpommin ymmärrettävään muotoon. Nyt tieto on ripoteltu ympäri sivuja. Sivusta paistaa läpi erittäin huolimaton ja välinpitämätön suunnittelu.

*Keep things simple. People have
difficultys with anything complicated,
and they don't like to listen.
So, make the message short.*

DONALD A. NORMAN

Lennätin Internetin lailla mullisti sosiaaliset ja liiketoiminnalliset toimintatavat, mutta vain koulutuksen saaneet operaattorit osasivat käyttää sitä. Sen tarjoamat edut tulivat kaiken kansan ulottuville vasta kun sähköttäminen kehittyi puhelinteknologiaksi – sitä kutsuttiinkin aluksi “puhuvaksi sähköeksi”. Internet on siinä mielessä vielä sähköttämiseen verrattavassa kehitysvaiheessa, että kotitietokoneiden monimutkaisuus ja hinta epäivät sen käytön monilta ihmisiltä. Matkapuhelin saattaakin tehdä internetille sen minkä puhelin teki sähköttämiseksi: siitä tulee todellinen jokamiehen teknologia.

Koska puhelinjärjestelmä käytti samoja johtoja kuin lennätinverkosto, sitä pidettiin aluksi pelkästään puhuvana sähköenä. Loppujen lopuksi siitä tulikin jotakin täysin uutta. Internetin suhteen ollaan parhaillaan tekemässä täsmälleen samaa virhettä. Monet ihmiset olettavat, että mobiilista internetistä tulee samanlainen kuin kiinteästä, ainoana erona liikkuvuus. He ovat kuitenkin väärässä... Vaikka mobiili internet perustuukin samaan teknologiaan kuin kiinteä, se on jotakin aivan muuta, ja sitä käytetään uusin ja odottamattomin tavoin.

TOM STANDAGE

The Internet Untethered

Kirjasta Mobiilijoukot

“Always design a thing by considering it in its next larger context - a chair in a room, a room in a house, a house in an environment, an environment in a city plan.”

ELIEL SAARINEN

9 SUUNNITTELUUN VAIKUTTANEET TEKIJÄT

9.1 AVOIMMUUDEN LISÄÄMINEN

Minua kiinnostaa palvelujen suunnittelu niin, että emme rajoita niiden käyttöä vain niihin tarkoituksiin mihin lähtökohtaisesti kuvittelemme käyttäjän palvelua tarvitsevan. Käyttäjälle pitää antaa mahdollisuus itse määritellä miten hän tulee palvelua loppujen lopuksi käyttämään ja näin saamaan siitä suurimman mahdollisen hyödyn itselleen. *Clay Shirkey* toteaa että:

ihmisten odottamattomat tavat käyttää viestintävälineitä yllättävät meidät koska meidän vanhat uskomukset ihmisten luonteesta ovat niin huonoja (Many of the unexpected uses of communications tools are suprising because our old beliefs about human nature were so lousy). (Shirkey 2010, s99)

Meidän on vaikea nähdä etukäteen miten ihmiset tulevat käyttämään suunnittelemaamme palveluja ja koska emme ikinä pysty näkemään kaikkia palvelun mahdollisuuksia jo suunnitteluvaiheessa niin emme myöskään pysty ottamaan huomioon kaikkia käyttäjän tarpeita. Monesti suunnittelun tärkein lähtökohta onkin juuri ihmisten käyttäytymisen tutkiminen. Vasta kun tiedämme miten ihmiset käyttäytyvät ja hyödyntävät palvelua, niin vasta sitten pystymme luomaan jotakin uutta ja ainutlaatuista. Kirjassaan *Shirkey* kertoo kuinka *McDonalds* palkkasi tutkijoita selvittämään kuinka he voisivat kasvattaa pirtelöidensä myyntiä. Suurin osa tutkijoista keskittyi pirtelön rakenteen – kuten makeuden – tutkimiseen. Yksi tutkijoista – *Gerald Bers-tell* – kuitenkin lähestyi ongelmaa aivan toisesta suunnasta. Hän keskittyi asiakkaiden tutkimiseen tuotteen sijaan. Hän istui *McDonalds*:issa 16 tuntia yhteen putkeen ja teki havaintoja siitä minkälaiset ihmiset ostivat pirtelöitä. Hämmästyksekseen hän huomasi, että suuri osa pirtelön ostajista osti pirtelönsä aikaisin aamulla, ainoana ostoksena, he olivat melkein aina yksin ja he eivät koskaan juoneet pirtelöään ravintolassa. Tämä suuri ostajaryhmä oli tietenkin autolla töihin kulkevat aikuiset. He halusivat jotain nopeaa minkä he pystyivät syömään helposti samalla kuin he kulkivat autolla töihin. (*Shirkey 2010, 12–13*) Meidän ensimmäinen mielikuva pirtelön kuluttajasta ei ole autossa aamuruuhkassa istuva töihin matkalla oleva aikuinen vaan useinmiten jotain aivan muuta. Samalla tavalla meidän pitäisi tutkia ja tarkastella minkälaisissa tilanteissa ihmiset todellisuudessa katsovat televisiota Internetin välityksellä. Veikkaan,

että tällaisen tutkimuksen lopputulos voisi myös olla hyvinkin yllättävä. Sen verran uskallan väittää, että tapa jolla ihmiset kuluttavat netti-tv:tä varmasti eroaa radikaalisti perinteisen television kuluttamisesta.

9.2 UUSIEN INNOVAATIOIDEN MAHDOLLISTAMINEN

Monet innovaatiot ovat syntyneet vahingon ja sattuman kautta tuomalla joku jo olemassa oleva teknologia tai palvelu sille uuteen ympäristöön. Tämän seurauksena tuotteelle tai palvelulle muodostuu uusia käyttötapoja jo olemassaolevien käyttötapojen lisäksi. Tutkija *Ilkka Lommin* mukaan käyttäjä on suuressa roolissa innovaatioiden synnyssä:

Innovaatio on pikemminkin ne uudet käytännöt, joita uuden tuotteen käyttö synnyttää, kuin itse tuote. Esimerkiksi matkapuhelimen käyttö eksyneiden löytämisessä tekee siitä turvalaitteen. Tuotteen suunnittelija tai keksijä ei useinkaan kykene näkemään, mitä sen tulevat käytöt ovat. Näin siis innovaation liittyy aina kaksi "uutuutta": varsinainen uusi tuote tai palvelu ja sen ennakoinnattomat käytöt. (Kauhanen, Kaivo-Oja, Hautamäki 2007, s.111)

Uudet innovaatiot voivat myös olla yhdistelmä useampia pieniä innovaatioita. Innovaatio voi liittyä tuotteen tai palvelun ulkonäköön, uusiin valmistusmenetelmiin, valmistuskustannusten pienentämiseen tai esimerkiksi uusiin materiaaleihin. Tärkeimpiä innovaatioita kuitenkin ovat uusi tyyli/design, valmistus-/tuotantoprosessi tai uusi tapa markkinoida tuotetta. (*Jacobs 2007, s.50*) Lopputyössäni pyrin tuomaan useampia pieniä innovaatioita palvelulle. Haluan luoda palvelulle laadukkaamman ja arvokkaamman ulkonäön mutta säilyttää se helposti lähestyttävänä riippumatta käyttäjän taustasta. Mietin myös miten palvelua voitaisiin markkinoida paremmin Internetin välityksellä, ja miten markkinoinnissa voitaisiin hyödyntää myös palveluita mitkä usein koetaan kilpailijoina kuten esimerkiksi *YouTube*. Kaikkien *Nelonen Median* omistamien kanavien ilmeiden yhtenäistäminen sivuaa tuotantoprosessiin liittyviä innovaatioita. Kun kaikki sivun elementit ovat hyvin pitkälle standartisoitu niin sivujen päivittäminen ja tiedon jakaminen muuttuu helpommaksi ja näin ollen säästää päivitykseen kuluvaa aikaa ja kustannuksia. Säästetty aika voidaan sijoittaa uudelleen palvelun yksityiskohtien hiomiseen.

Muutokset eivät saa olla liian suuria vaan käyttäjät pitää totutella uusiin tapoihin toimia asteittain. Näemme usein muutoksessa enemmän negatiivisia kuin positiivisia

puolia ja pelkäämme mihin muutos johdattaa meidät. Siksi liian suuret muutokset helposti säikäyttävät käyttäjät. Pysymme mielummin vanhassa ja turvallisessa kuin, että lähtisimme täysin uusille ja tuntemattomille reiteille. Tämä ei kuitenkaan ole aina hyväksi yrityksille – ja niiden toiminnan kannattavuudelle – nykyaikana kun kilpailu on yhä kovempaa ja kansainvälisempää. Puhutaankin *hyperkilpailusta* minkä mukana pysymiseen vaaditaan nopeaa muuntautumiskykyä. Yrityksen rakenteita ja toimintatapoja pitää pystyä muuttamaan hyvinkin nopeasti jos halutaan pysyä tulevaisuudessakin kilpailukykyisenä ja tuottavana. (*Kauhanen, Kaivo-Oja, Hautamäki 2007, III*) Muutos ei siis saa olla liian suurta, että emme peloita käyttäjiä pois palvelusta, mutta ei myöskään liian pientä jotta palvelu erottuu markkinoilla.

9.3 UUSIEN TOIMINTATAPOJEN YMMÄRTÄMINEN

Kanadalainen kulttuurifilosofi *Marshall McLuhan* – jota pidetään yleisesti media-tutkimuksen isänä – on todennut että: *uusien kulttuuristen järjestelmien arvottaminen niiden omista lähtökohdista on ongelmallista, koska tuore menneisyyden läsnäolo väistämättä värittää ilmaantuvista muodoista syntyvän käsityksen korostaen puutteita ja epätäydellisyyksiä.* (*Johnson 2006*) Uudet teknologiat tarvitsevat aina aikaa ennen kuin ne hyväksytään. Uskon, että jokainen uusi teknologia mikä on esitelty ihmis-kunnalle on joutunut käymään taistelun sitä kohdistuvien epäilyjen voittamiseksi. Meidän on vaikea luopua vanhoista ajatusmalleista mitkä tomivat kaikin puolin hyvin ja vaihtaa ne uusiin ajatusmalleihin joiden toiminnasta ei ole vielä täyttä varmuutta. Uudet ajatusmallit kuitenkin syrjäyttävät usein vanhat, koska niiden avulla voidaan lähtökohtaisesti toteuttaa kaikki samat toiminnot kuten vanhoillakin, mutta sen lisäksi ne mahdollistavat myös uusien innovaatioiden ja keksintöjen muodostumisen.

Televisio on juuri tällä hetkellä käymässä kyseistä muutosta. Internetin välityksellä katsottava televisio kasvattaa suosiotaan ja uusia palveluja syntyy kiihtyvällä tahdilla. Jo nyt monet uudet televisiot mahdollistavat myös Internetin selailun, eli ne alkavat olemaan enemmän tietokoneita kuin televisioita. Olemme kohta tilanteessa missä joudumme kyseenalaistamaan koko television nimen. Televisio muodostuu sanoista *tele (at a distance)* + *vision (from videre 'to see')*. Television seuraaminen ei kuitenkaan ole enää pelkkää asioiden katselemista välimatkan takaa vaan kuluttajan rooli tulee olemaan aktiivisempi kuin pelkän katselijan.

9.4 YKSINKERTAISTAMINEN JA YHDENMUKAISTAMINEN

Yhdeksi työni tärkeimmäksi lähtökohdaksi otin yksinkertaistamisen. Kaikesta ylimääräisestä ja turhasta toistosta on päästävä eroon. Vain käyttäjän kannalta olennaisin tieto jätetään sivuille. Asiat pitää laittaa tärkeysjärjestykseen. Tärkeimmät asiat pitää myös kerätä yhteen ja niille pitää antaa kaikki niiden tarvitsema huomio. *Pareto Principle* on hyvä pitää mielessä kun suunnitellaan palvelua mikä perustuu sisällölle ja informaatiolle. 80 prosenttia kaikesta tiedosta voidaan käsitellä matalemmalla tasolla ja loput 20 prosenttia vaativat perusteellisemmän huomion. (*Maeda 2006, 14*) Palvelun pitää olla käyttäjän kannalta mahdollisimman helposti opittava ja sen täytyy olla myös niin yksinkertainen käytettävyydeltään, että ihmiset haluavat palata siihen yhä uudelleen miellyttävän ja helpon käyttökokemuksen takia.

IDEO:n perustaja *Tim Brown* – kirjoittaa kirjassaan *Change by Design, Isambard Kingdom Brunel*:ista. Hän oli rautatieinsinööri joka ei ollut kiinnostunut pelkästään teknisestä toteutuksesta. Hän halusi myös luoda mahdollisimman miellyttävän ja mukavan kokemuksen matkustamisesta asiakkailleen. Matkustamisen piti olla mahdollisimman vaivatonta, hän suunnitteli junat niin, että matkustajat istuivat normaalia matalemmalla ja siksi heistä tuntui kuin he olisivat leijuneet maan pinnan päällä. Hän ei myöskään tyytynyt suunnittelemaan pelkkää junamatkaa, vaan hänelle oli myös hyvin tärkeää, että siirtymät eri matkustusvälineiden välillä olisivat kanssa mahdollisimman vaivattomia ja miellyttäviä. Matka junalla Britannian halki ja meren yli New Yorkiin tehtiin mahdollisimman saumattomaksi ja miellyttäväksi matkustajalle. *Brunel* jopa suunnitteli tunnelit ja sillat niin, että ne palvelivat paremmin asiakkaan kokonaisvaltaista kokemusta kuin pelkästään teknistä toteutusta. Hänellä oli myös uskomaton kyky yhdistää suunnittelussaan uusin saatavilla oleva tekniikka, kaupalliset mahdollisuudet sekä matkustajien inhimilliset vaatimukset. Näistä syistä häntä pidetäänkin yhtenä aikaisimmista design ajattelijoina. (*Brown 2009, 1*)

Yritin sisällyttää samaa ajattelumallia myös omaan lopputyöhöni. Miten *Nelosen* Internet palvelusta saataisiin kehiteytyä parempi käyttäjän näkökulmasta katsottuna, ja voitaisiinko siirtymiä eri osien välillä tehdä luontevammiksi tai jopa poistaa kokonaan. Suunnittelussa pyrin pitämään käyttäjän tarpeet aina ensisijalla. Kun käyttäjän tarpeet ovat tyydytetty tarpeeksi korkealla tasolla niin vasta sen jälkeen voimme miettiä miten esimerkiksi mainosten myyminen ja näyttäminen saadaan yhdistettyä

palvelukokonaisuuteen. Ilman käyttäjiä ei ole mainostajiakaan.

Aloittaessaan toimintaansa myös *Google* halusi tehdä käyttäjän kokemuksesta mahdollisimman hyvän. Mainostaminen tuli vasta käyttäjien tarpeiden tyydyttämisen jälkeen. *Sergey Brin* – toinen *Googlen* perustajista – on todennut, että heidän tavoitteenaan oli saavuttaa paras mahdollinen hakutulos ja hakukokemus palvelun käyttäjälle. Jos heidän sivulla olisi ollut bannerimainoksia – mitkä olivat *Googlen* perustamisen aikaan helpoin ja nopein tapa rahoittaa hakukonepalvelu – heidän hakujensa latausajat olisivat kasvaneet huomattavasti ja bannerit olisivat häirinneet olennaisen informaation – eli hakutuloksen – välittymistä käyttäjälle. Päätöstä bannerien pois jättämisestä vahvisti ajatus siitä, että jos mainoksella ei ollut mitään tekemistä haun kanssa, niin miksi heidän muka pitiäisi näyttää sitä? (*Battelle 2005, 92*)

Saman suuntainen ajatus löytyy itseasiassa myös *Nelosen* perustamisen taustalta. *Pauli Aalto Setälä* joka oli yksi kanavan perustajista kirjoittaa kirjassaan *Merkitystalous* kanavan perustajien idealistisista ajatuksista kun he kehittivät konseptia *Nelosen* uutisille. He kielsivät kaikkien turhien kuvien ja merkityksettömien uutisten toistamisen (*Setälä 2005, 36*). Kaiken turhan toiston pois jättäminen ja vain olennaisen säilyttäminen auttaisi mielestäni myös *Nelonen.fi* nettipalvelua kehittymään käyttäjäystävällisemmäksi.

Näitä *Googlen* ja *Setälän* periaatteita yritän noudattaa *Nelonen.fi* palvelun konseptoinnissa ja uudistuksessa. Miten palvelusta saataisiin tehtyä niin miellyttävä ja helppokäyttöinen, että mahdollisimman moni ihminen haluaisi käyttää sitä. Mainonnasta pitäisi tehdä vähemmän käyttäjää häiritsevää ja sen pitäisi liittyä oleellisesti sivun sisältöön, eli televisioon ja viihteeseen. Kun käyttäjämäärät kasvavat, hyvän käyttökokemuksen ansiosta käyttäjät alkavat levittää positiivista sanomaa palvelusta myös lähipiirilleen. Näin myös mainostamisesta tulee helpompaa. Jos palvelu on reilusti muita vastaavia markkinoilla olevia palveluja parempi niin silloin sen on helppo hyödyntää kilpailuetuaan ja viedä asiakkaat muilta palveluilta. (*Norman 1998,)*

Aloitin suunnittelun yhdenmukaistamalla ja yksinkertaistamalla kaikkien *Nelosen Median* omistamien televisio- ja radiokanavien ilmeet. En tehnyt ilmeisiin suuria muutoksia, vaan jalostin niitä hienovaraisesti keskenään yhdenmukaisemmiksi, jotta ne toimisivat paremmin keskenään. Suunnitteluni yksi perusajatus on, että jokaiselle kanavalle tulee yhdenmukainen ilme ja käyttöliittymä mikä helpottaa kanavien logii-

kan oppimista sekä vahvistaisi brändejä kokonaisuutena. Kun eri kanavien Internet-palvelut ovat yhdenmukaisia niin se mahdollistaa myös tiedon jaon horisontaalisesti kanavien kesken. Kaikki osat on siirrettävissä suoraan sellaisenaan toisen kanavan sivuille ilman lisätoimenpiteitä. Käyttäjä voi myös tehdä palvelustaan enemmän itsensä näköisen kun hän on kirjautuneena sisään. Käyttäjä voi valita omaan näkymäänsä vain häntä kiinnostavat aiheet ja ohjelmat. Tämä onnistuu parhaiten kun kaikki eri kanavien sivuilla käytettävät osat ovat samanlaisia keskenään.

9.5 UUSIEN TOIMINTOJEN LISÄÄMINEN

En halunnut myöskään tuoda sivuille liikaa käyttäjän kannalta uusia toimintoja, vaan pyrin parantamaan jo olemassa olevia, yhdistämällä samankaltaisen tiedon helpommin ymmärrettäviin kokonaisuuksiin ja karsimalla kaiken turhan pois. Vain noin 15 prosenttia ihmisistä on uusia omaksujia jotka etsivät ja haluavat löytää uusimmat tuotteet heti niiden tullessa markkinoille. Yli 50 prosenttia kuluttajista kuuluu joukkoon jotka odottavat miten tuote toimii markkinoilla ennen kuin he kokeilevat niitä itse. (*Kauhanen, Kaivo-Oja, Hautamäki 2007, 95*) Koska palvelu on suunnattu kaikille ihmisryhmille niin siksi en lähtenyt liian suuriin uudistuksiin jotka saattaisivat pelottaa peruskäyttäjän pois palvelusta.

Uudet tavat käsitellä informaatiota olen pyrkinyt ottamaan jo olemassa olevista ja hyväksi todetuista palveluista ja joita ihmiset osaavat jo entuudestaan käyttää. Esimerkkejä tällaisista palveluista on *Facebook*, *YouTube*, *Vimeo*, *Spotify*. Kun palvelun uudet toimintatavat ovat jo olemassa jossakin muodossa muualla – mutta hieman erilaisessa ympäristössä – niin silloin käyttäjän on helpompi omaksua ne niiden käyttöliikkeen ollessa jo yleisesti tiedossa.

9.6 SUUNNITTELE ITSELLESI

Monesti vastauksen voi löytää myös vain yksinkertaisesti tutkimalla itseään. Pitää pystyä kiinnittämään huomio olennaisiin asioihin ja jättämään epäolennaiset asiat pois. Miten katson ohjelmia ja elokuvia? Aina ei ole mahdollista toteuttaa suuria ja kalliita kuluttajatutkimuksia, mutta aina se ei ole välttämätöntäkään. Pitää vain osata poimia oleelliset asiat epäoleellisista ja suunnitella tuote omien havaintojen mukaan.

9.7 UUDET TEKNOLOGIAT

Tabletit ja älypuhelimet yleistyvät kiihtyvää vauhtia. Yhä useampi käyttäjä omis-

taa mobiililaitteen jolla pääse internettiin riippumatta käyttäjän sijainnista. Laitteiden suosio perustuu juuri mobiili ominaisuuteen, jonka ansiosta laite pysyy käyttäjän mukana suurimman osan ajasta ja näin ollen mahdollistaa aktiivisen mobiilipalvelujen käytön. Mobiililaitteet ovat alkaneet muokkaamaan miten ja mihin meidän sosiaalinen tila rajoittuu, kuinka olemme verkottuneet toisiimme ja muuttanut ajatusta työstä ja vapaa-ajasta. Mobilisoitumiseen liittyvät muutokset ovat valtavia ja joiden esiin kehittyminen kestää vielä pitkään. (*Kauhanen, Kaivo-Oja, Hautamäki 2007, 50*)

Tabletit ovat myöskin erittäin mukavia käyttää kosketusnäyttönsä ansiosta. Ne eivät vielä korvaa tietokonetta työvälineenä mutta viihdekäyttöön, erilaisten sisältöjen seuraamiseen ja sosiaalisten medioiden hallintaan ne ovat jo riittävän kehittyneitä ja tehokkaita. Esimerkiksi yhdysvalloissa tabletit ovat yleistyneet paljon nopeampaa tahtia kuin Suomessa. Laitteiden yleistyminen näkyy jo tavassa millä ihmiset kuluttavat mediaa. Kuluttajat haluavat seurata ohjelmia monilta eri laitteilta samanaikaisesti. Sisällön siirtymisen laitteelta toiselle tulee tapahtua suoraan ilman turhia katkoja, ja ohjelmat olisi myös hyvä saada suoraan pilvipalveluista. (http://www.egta.com/press_review/press_review_235/digital_comcast.html) Googlen teettämässä tutkimuksessa *The New Multi-Screen World* todetaan kuinka älypuhelimet ja tietokoneet vievät yhä enemmän aikaa perinteiseltä televisiolta. 77 prosenttia ajasta – jonka ihmiset käyttävät television katsomiseen – he katsovat sitä jostain muusta päätelaitteesta kuin perinteisestä televisiosta. 49 prosenttia kyselyyn vastanneista katsoivat ohjelmia älypuhelimesta ja 34 prosenttia tietokoneilta. Samassa tutkimuksessa todetaan myös, että älypuhelimet ovat yleisin laite millä aloitetaan online aktiivisuus. (http://www.egta.com/press_review/press_review_235/digital_comcast.html) Jo tänä päivänä osa nuorista katsoo vähemmän televisiota, kuin heidän vanhempansa. Nuoret joilla on mahdollisuus päästä nopeaan Internetiin, käyttävät mielummin palveluita joiden avulla he voivat jakaa kokemuksiaan, kommentoida, arvostella ja keskustella niistä muiden käyttäjien kanssa. (*Shirkey 2010, 11*)

Nämä seikat ovat hyvä pitää mielessä kun suunnitellaan uusia Internet-palveluja televisiokanaville. Sisällön seuraaminen Internetin välityksellä on lähtökohtaisesti hyvin erilaista toimintaa kuin perinteisen television katsominen. Käyttäjä ei ole vain passiivinen sisällön kuluttaja, vaan myös sisällön tuottaja ja jakelija. Suunnittelussa pitää pyrkiä mahdollistamaan käyttäjän mahdollisimman aktiivinen oma toiminta

pelkän kuluttajan roolin sijasta. Näin palvelu saa parhaimmillaan ilmaista julkisuutta ja kun yhä useampi käyttäjä jakaa käyttämäänsä palveluja netissä, myös mahdollisten uusien käyttäjien saaminen tulee helpommaksi.

Internet pohjaisten palvelujen pitää siis toimia kaikissa päätelaitteissa. Myös perinteisessä televisiossa. Vaikka tämä tuo haasteita palvelujen kehittäjille, niin samalla se myös luo uusia mahdollisuuksia uusille innovaatioille. Monet vanhat palvelut tulevat häviämään uusien ja ketterämpien palvelujen tieltä. (*Kauhanen, Kaivo-Oja, Hautamäki 2007*)

9.8 ONLINE-SISÄLTÖ

Ohjelmat joilla on online-sisältöä, pärjäävät myös paremmin vertailussa, kuin sellaiset ohjelmat joiden ympärille ei ole rakennettu minkäänlaisia online-lisäpalveluja. *Knowledge Networks*:in tutkimukseen vastanneista 22% sanoi, että he eivät olisi seuranneet ohjelmaa, ilman online-sisältöä. 42% prosenttia vastanneista totesi, että online-sisältö kasvatti heidän arvostustaan televisio-yhtiötä kohtaan. (http://www.egta.com/press_review/press_review_235/research_tv_shows.html) Internetiä ei kannata missään nimessä enää pitää vain välttämättömänä pahana, vaan sen kehittämiseen pitäisi panostaa jo enemmän kuin perinteisen television kehittämiseen. Jokaiselle ohjelmalle omat sivut joiden kautta käyttäjä voi helposti seurata niitä asioita mitkä kiinnostavat häntä eniten. Sivut voisivat olla hyvin blogimaisia ja yksinkertaisia kunhan vain käyttäjien aktiivisuus saadaan pidettyä korkeana.

Myös Sosiaalinen media ja vuorovaikutteisuus pitäisi nostaa suurempaan rooliin tarjottavissa palveluissa. Tämä pitäisi huomioida jo uusien ohjelmien suunnitteluvaiheessa. Miten Internetiä voidaan hyödyntää parhaimmalla mahdollisella tavalla ohjelman markkinoinnissa ja voitaisiinko ohjelmia suunnitella mobiilikäyttäjiä silmällä pitäen. Pelkkä sisällön tuominen kuluttajan nähtäville ei ole enää riittävä peruste palvelun olemassaololle. Palvelulla pitää pystyä tarjoamaan muutakin lisäarvoa minkä ansiosta käyttäjä sitoutuu siihen tiiviimmin. Musiikin ja elokuvien lataaminen netistä laittomasti ei ole hankalaa, mutta monet ovat silti valmiita maksamaan kun siitä tehdään vieläkin helpompaa, kuten *Spotify*. Palveluiden suurin valtti on usein käyttäjän ajan säästäminen ja käytön vaivattomuus. Kun palvelu on tehty tarpeeksi

helppokäyttöiseksi ja vaivattomaksi, käyttäjän kallis aika ei kulu turhien ongelmien ratkaisemiseen ja niiden syiden selvittämiseen.

9.9 MAKSULLISUUS

Yksi vaihtoehto palvelun rahoittamiselle olisi Premium palvelujen tuonti myös *Nelonen.fi* palveluun. *Nelonen* medially on jo *Nelonen Pro* sekä muita maksullisia televisiokanavia. Mainontaa voitaisiin vähentää *Nelonen.fi* sivuilla jos palvelu tarjoaisi myös sellaisia lisäpalveluita joista käyttäjät olisivat valmiita maksamaan. Maksullisten Internet-palveluiden ostaminen ei ole Suomessa vielä kovinkaan yleistä, mutta tulee varmasti yleistymään kun uudet käyttäjäsukupolvet valtaavat markkinoita. He ovat tottuneet käyttämään Internetissä toimivia palveluja jo nuoresta saakka eivätkä he ajattele, että kaikki Internetistä saatava sisältö on ilmaista. Myös uusia tapoja maksaa Internetissä tehtyjä ostoksia kehitetään koko ajan ja voi hyvinkin olla, että palvelujen maksullisuuden ongelmana ei ole niiden hinta vaan tapa millä palvelu joudutaan tänäpäivänä maksamaan. Jos palvelujen maksamisesta tulee yksinkertaisempaa ja kuluttajan mielestä riskittömämpää niin ostopäätöksen tekeminenkin voi helpottua.

Yhdysvalloissa ollaan Eurooppaa edellä myös maksullisissa verkkopalveluissa ja niiden kulutuksessa. Vuoden 2011 neljännellä vuosineljänneksellä Yhdysvaltalaiset tablettien omistajat ostivat yli 40 prosenttia tableteilta katsomistaan ohjelmista, kun samaan aikaan saksalaiset ostivat vain noin viisi prosenttia katsomistaan ohjelmista. (<http://www.businessinsider.com/state-of-internet-slides-2012-10#-67>) Ongelmat ovat usein myös kulttuurisidonnaisia. Me emme ehkä vielä ole valmiita ostamaan palveluita Internetin välityksellä mutta monet merkit viittaavat siihen, että tulevaisuudessa kehitys tulee muuttamaan yhä enemmän toiseen suuntaan.

9.9.1 MAINONNAN SUUNNITTELU

Jos kuitenkin halutaan pysyä käyttäjälle ilmaisena palveluna ja kerätä rahaa mainosten avulla, niin silloin olisi syytä pohtia miten mainonnasta saataisiin paras mahdollinen hyöty kanavalle. Mainostamisen ongelmana on usein se, että ihmiset ovat eri käyttötilanteissa eri tavalla alttiita mainonnan vaikutuksille. Mainonta netissä ei toimi samalla tavalla kuin televisiossa ja tämä pitäisi ottaa huomioon jo sivujen suunnittelussa. AOL:än entisen pääjohtajan *Robert Pittman*:in mukaan asiayhteys missä mainoksia esitetään pitää ottaa huomioon erittäin tarkasti. AOL:än chateissa oli aikoinaan

paljon käyttäjiä, mutta mainonta niissä ei ollut kuitenkaan hänen mukaansa minkään arvoista. Ihmiset kommunikoivat keskenään chateissa eivätkä he halunneet, että heitä häiritään silloin mainoksilla. Myöskään mainostajat eivät halua esiintyä sivuilla joilla heidän olemassaolonsa koetaan epämukavaksi. (Auletta, 2009) *Nelonen.fi* palvelun olisi hyvä pohtia tätä mainostilan myyjänä. Jos he luottavat esimerkiksi Internetin mainoshuutokauppoihin liikaa, niin silloin he eivät voi koskaan olla varmoja minkälaisia mainoksia käyttäjät näkevät *Nelonen.fi* sivuilla ollessaan. Ihminen tulee yhdistämään näkemänsä mainokset *Nelonen.fi* palveluun ja *Nelonen.fi* palvelun mainoksiin. Pahimmillaan kummatkin sekä mainostaja, että *Nelonen.fi* saavat huonoa julkisuutta ja kasvattavat negatiivista mielikuvaa palveluaan kohtaan. Mielestäni mainonta hallitsee jo nyt aivan liiaksi *Nelonen.fi* palvelun ilmettä. Mainonta ei hallitse pelkästään nettisivujen ulkoasua vaan myös sisältöä. Jos käyttäjä haluaa katsoa esimerkiksi kahden minuutin uutisvideon hän joutuu pahimmillaan katsomaan kolme 30 sekunnin mainosta ennen kuin voi aloittaa videon katsomisen.

Googlen omistamalla *YouTube*:llä mainokset ovat paljon hillitympiä kuin *Nelonen.fi* nettisivuilla. Voi olla, että se juontaa juurensa samaan perusajatukseen mikä heillä oli lähtökohtana jo *Googlea* perustettaessa. *YouTube*ssa katsojaa ei ole pakotettu katsomaan mainoksia loppuun vaan hän voi tietyn ajan jälkeen hypätä mainoksen yli jos hän kokee, että mainos ei ole häntä varten. Tämä on mielestäni hyvä ratkaisu Internettiin ja ainakin omien käyttökokemusteni perusteella tällaiset mainokset eivät häiritse minua liikaa. Televisiomainokset eivät mielestäni myöskään sovi sellaisenaan Internettiin koska tapa kuluttaa mediaa Internetissä on toisenlainen kuin televisiossa. Perinteisen television katojat ovat reaktiivisia toimijoita kun taas netti-television katsojat ovat lähempänä aktiivisia toimijoita. (Jacobs 2007, 109) Mobiili tulee olemaan yhä suuremmassa roolissa televisioyhtiöiden markkinoinnissa ja sisällön jakelussa.

As companies design more for usability and understanding, they will discover a competitive edge, for these principles save customers time and money while increasing morale. As this message spreads, more and more customers will reject the products that are unusable or that lead to frequent error and frustration.

DONALD A. NORMAN

10 PRODUKTIO-OSUUDEN LÄPIKÄYNTI

10.1 LINKIT MUILLE KANAVILLE (OSA 2 s.19)

Heti suunnittelun alkuvaiheessa aloin miettimään miten voisin tuoda muut kanavat paremmin esille eri kanavien Internet-sivuilla. Päädyin pitämään kanavien linkit sivun ylälaudassa samalla tavalla kuin jo olemassaolevilla sivuilla, mutta vahvistin linkkien huomioarvoa tuomalla niihin mukaan kanavan oman värin ja visuaalisen identiteetin helpottamaan informaation nopeaa hahmottamista. *Havainnoijan odotuksilla ja virittimellä on vaikutus värien havaitsemiseen: voimme olla valmistautuneita huomaan tietyn värin tai väriyhdistelmän. Esimerkiksi etsiessämme keltaista autoa pysäköintialueelta huomaamme kaikki keltaiset kohteet ennen muun värisiä.* (Arnkil 2008) Eri kanavien värimaailmat on hyvä ottaa mukaan mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta käyttäjä oppii niiden merkityksen mahdollisimman nopeasti. Niiden avulla on hyvä jaotella eri kanaville kuuluvaa informaatiota myös suunnittelun myöhemmissä vaiheissa.

Seuraavaksi mietin miten pystyisin tekemään sivun navigoinnista selkeämmän ja yksinkertaisemman. Tällä hetkellä Nelonen.fi sivuilla oleva navigointi jää pahasti ylhäällä olevan mainoksen ja alapuolella olevan ohjelma-bannerin väliin puristuksiin. Halusin tuoda navigoinnin sivun selkeimmälle paikalle ja yksinkertaistaa sitä niin paljon kuin mahdollista.

Nyt navigoinnista löytyy linkit tärkeimmille sivuille, ja ne kaikki toimivat samalla logiikalla. Linkit vievät aina Nelonen.fi sivun sisällä olevalle alasivulle, eikä koskaan Nelonen.fi palvelun ulkopuolelle, kuten käy välillä nykyisillä sivuilla. Kun hiiren kursori tuodaan linkin päälle, aukeaa sen alle laajennettu näkymä mistä näkee tarkemmin kohteen sisällön. Laajennetusta näkymästä voidaan myös valita tarkemmin mihin kohtaan kyseistä sivua käyttäjä haluaa siirtyä. Yksi suunnittelun ajatuksista oli välttää kaikkia turhia siirtymiä sivulta toisille jos se ei ole käyttäjän kannalta ehdottomasti tarpeellista. Sekä tarjota käyttäjälle mahdollisimman helpon tavan selata suuria määriä tietoja nopeasti ja vaivattomasti.

Sivun kaikessa suunnittelussa pyrin myös säännönmukaisuuteen joka tekee suurempien kokonaisuuksien hahmottamisesta käyttäjälle helpompaa ja uusien toimintojen oppimisesta vaivattomampaa. (Maeda 2006.)

10.2 KALENTERI (OSA 2 s.19)

Toin navigointiin selkeästi esille myös kalenterin. Yksinkertainen palvelu mikä on tuttu kaikille ihmisille. Kalenteri avautuu myös isompaan näkymään käyttäjän tuodessa hiiren kursorin päivämäärän päälle. Kun kalenterinäkymä on auki käyttäjä voi liikuttaa kursoria laajennetun näkymän sisällä ja tuoda sen kuukausinäkymän päälle. Jos kursorin osoittamalle päivälle on tallennettu informaatiota, niin silloin päivän alapuolelle aukeaa uusi laajennettu näkymä missä näkyy kyseisen päivän informaatio. Tällä tekniikalla pieneen tilaan saadaan paljon informaatiota ilman, että käyttäjä joutuu liikkumaan koko ajan uudelle sivulle. Koko toimenpide vaatii vain muutaman pienen hiiren liikituksen. Kalenteriin tallennettu informaatio indikoidaan myös värikoodein. Esimerkiksi jos tallennettu informaatio liittyy televisiokanava *Neloseen*, niin silloin päivämäärään alaosa onmerkattu *Nelosen* sinisellä värillä. Kalenteri toimii myös tavallisena kalenterina käyttäjälle ja käyttäjän on helppo jakaa kalenterin sisältö muille esimerkiksi sosiaalisten medioiden kautta.

10.3 SÄÄ (OSA 2 s.20)

Navigoinnin sää osio toimii samalla tavalla kuin kalenterikin. Sää osion taustaväri on suunniteltu niin, että se vaihtaa väriä sen hetkisen lämpötilan mukaan. Käyttäjä voi valita itse minkä kaupungin informaation mukaan tietoja päivitetään. Mobiililaitteissa sää tietojen päivitys toimii laitteen sen hetkisen sijainnin mukaan jos käyttäjä ei toisin määrää. Kun käyttäjä tuo kursorin sääosion päälle sen alapuolelle aukeaa isompi ikkuna josta saa vielä yksityiskohtaisempaa tietoa säästä, kuten seuraavan 12 tunnin ennusteen ja seuraavan viiden vuorokauden ennusteen.

10.4 HAE / KIRJAUDU SISÄÄN (OSA 2 s.20)

Navigoinnista löytyy myös *hae Nelonen.fi* hakutoiminto ja *kirjaudu sisään*. Kuten aikaisemmin tekstissä jo totesin, että kun käyttäjä on kirjautuneena palveluun sisään hän voi tehdä palvelusta enemmän itsensä näköisen. Hän voi esimerkiksi valita näkymäänsä vain niiden aihepiirien uutisia mitkä häntä kiinnostavat, suosituksia niistä ohjelmista mitä hän haluaa katsoa käyttöhistorian perusteella tai vaihtoehtoisesti mitä ohjelmatyylejä (*elokuvat, dokumentit, urheilu...*) hän on valinnut näkymäänsä. Kirjautuneena sisään palvelu toimisi samaan tyyliin kuin *Pulse* tai *Flipboard*. Näissä palveluissa käyttäjä määrittelee itse aihealueet mistä hän haluaa saada uutisia ja

määriyttelyn jälkeen palvelu tuo vain niihin aihepiireihin liittyvät uutiset käyttäjän näkymään. Ei siis mitään sellaista mitä käyttäjä itse ei halua nähdä. Sivujen tulisi olla hyvin muokkautuvat jotta käyttäjä saataisiin viettämään mahdollisimman paljon aikaa sivuilla.

10.5 SOSIAALINEN MEDIA (OSA 2 s.21)

Navigoinnista löytyy myös linkit suosituimpiin sosiaalisen median palveluihin. Samaa logiikkaa käytetään myös näissä palveluissa kuin *kalenterissa* tai *säässä*. Kun hiiren tuo palvelun logon päälle sen alapuolelle avautuu laajempi näkymä mistä näkee palvelun uusimmat päivitykset. Taas sama ajatus nopeasta vilkaisusta linkin taakse. Käyttäjän ei ole pakko siirtyä kokonaan toiselle sivulle saadakseen uusimman tiedon näkyviin, vaan uusimmat päivitykset voidaan ”vilkaista” nopeasti. Näin käyttäjän ei tarvitse taaskaan liikkua turhaan eri sivujen välillä.

Sosiaalisten medioiden saumattoman integroinnin avulla voidaan myös parantaa sivun näkyvyyttä useissa eri medioissa koska käyttäjät alkavat jakaa tietoa palvelusta myös lähipiirilleen jo valmiiden verkostojensa avulla.

Usein monet Internetin ilmaiset palvelut koetaan ennmmin kuin mahdollisuutena. Tämä on myös totta, että palvelut kuten *YouTube* ja *Vimeo* ovat varmasti vieneet katsojia perinteiseltä televisioltä mutta on vaikea sanoa kuinka suuri niiden vaikutus on kokonaisuudessaan ollut. Suuryritykset jotka ovat aikaisemmin pystyneet turvautumaan kokoonsa ja sen tuomaan voimaan ovat joutuneet uusien haasteiden eteen Internetin mahdollistaman yksittäisten ihmisten yhteistyön takia. (*Wikinomics Tapscott, Williams 2010*)

10.6 OHJELMAOPAS (OSA 2 s.22)

Heti navigoinnin alapuolelle tulee ohjelmaopas. Ohjelmaoppaasta näkee helposti ja nopeasti mikä ohjelma on parhaimmillaan kanavalla käynnissä ja mitä tulee seuraavaksi. Olemme televisiokanavan Internet-sivuilla jonka toimintaan kuuluu oleellisesti televisio-ohjelmien näyttäminen. Mielestäni silloin kanavalla näytettävien ohjelmien tuominen heti laskeutumisenäkymään on erittäin tärkeää. Tällä hetkellä *Nelonen.fi* sivulla ohjelmaoppaat on ripoteltu ympäri etusivua. Tässäkin kohtaa muistuttaisin *John Maeda*:n neuvon, että kaikki informaatio mikä on loogisesti yhteydessä toisiinsa olisi syytä kerätä yhteen. Oletusarvoisesti *ohjelmaopas* ei näytä muuta kuin sen kanavan

ohjelmat minkä kanavan sivuilla ollaan, mutta senkin voi tarvittaessa laajentaa isommaksi. Isommassa näkymässä ohjelmaoppaaseen tulee näkyviin näkyviin kaikkien *Nelonen Median* omistamien televisiokanavien ohjelmat. Eri kanavien aikajanoissa on käytetty kanavien omaa tunnusväriä, jotta käyttäjän olisi helpompi löytää sen kanavan informaatio mitä hän sillä hetkellä on etsimässä. Samalla pyritään säilyttämään yhdenmukainen värien käyttö läpi palvelun. *Ohjelmaoppaassa* toimii sama logiikka mitä käytettiin jo laajennetun kalenterinäkymän sisällä. Kun ohjelmaoppaan aikajanalle tuodaan kursori, niin sen seurauksena aikajanan alle aukeaa ikkuna josta saa lisätietoja esitettävästä ohjelmasta.

10.7 RADIOSOITIN (OSA 2 s.22)

Halusin tuoda *Nelonen Median* omistamat radiokanavat vielä selkeämmin esille televisiokanavien sivuille. Sivun alalaidassa on aina näkyvissä pieni ikkunan levyinen media-soitin minkä kautta voi kuunnella *Radio Rock*:ia tai *Radio Aalto*a. Jos radio on päällä ja käyttäjä päättää katsoa jonkun *uutisvideon* tai *Ruutu.fi*:ssä näytettävän ohjelman niin radio hiljenee automaattisesti siksi aikaa kun katsottava ohjelma pyörii koneella. Radion soittimesta myös näkyy mikä kappale ja ohjelma soi sillä hetkellä-radiossa. Näin radiokanaville voidaan tuoda lisää näkyvyyttä myös *televisiokanavien* sivuilla sekä tehdään palvelun käyttöönotosta yksinkertaista ja vaivatonta.

10.8 OHJELMABANNERI (OSA 2 s.23)

Navigoinnin ja ohjelmaoppaan alapuolelta löytyy banneri *Nelosen* omille ohjelmille. Saman tyylinen banneri on muodostunut jo melkein standardiksi eri televisiokanavien Internet-sivuilla. Esimerkiksi niiden kotimaisten ja ulkomaisten televisiokanavien sivuilla, jotka otin mukaan tutkimuskohteiksi lopputyöhöni, kyseinen banneri on olemassa jossain muodossa.

Bannerissa mainostetaan kanavan omia ohjelmia ja siitä pääsee suoraan katsomaan kyseistä ohjelmaa jos se vain on katsottavissa *Ruutu.fi* netti-tv:ssä.

Halusin myös tässä osiossa poistaa kaiken turhan ja jättää suurimman roolin itse sisällölle. Neutraali harmaa pohja ei aiheuta hankaluuksia eri tyylisten kuvien kanssa vaan toimii kaikkien kuvien kanssa tasavertaisesti. Kuvalle on selkeä paikka bannerin oikeassa laidassa ja se on aina saman kokoinen. Typografialle on myös määrätty selkeät säännöt ja sijainti joista ei saa poiketa ilman erityisen hyvää syytä. Tällä py-

ritään takaamaan, että sivun visuaalinen ilme pysyy mahdollisimman yhtenäisenä. Bannerissa käytetään aina kyseisen kanavan omaa väriä typografian tehostevärinä. Bannerista löytyy myös muuta tärkeää ja pakollista tietoa, kuten ikärajamerkinnot ja kuinka monta jaksoa on katsottavana *Ruutu.fi* palvelussa.

10.9 OHJELMAT (OSA 2 s.23)

Ohjelma-bannerin jälkeen tulee Nelosen ohjelmien esittely. Tyyliiltään ilme on samanlainen kuin yläpuolella olevassa ohjelmat bannerissakin mutta astetta yksinkertaisempi ja hillitympi. Halusin tuoda sivuille enemmän näytettävien ohjelmien omaa visuaalisuutta ja kuvamateriaalia. Usein televisio-ohjelmilla on erittäin hyvät promtiokuvat joita voidaan käyttää laadukkaan mielikuvan luomisessa. Juuri kuvien laatuun pitää panostaa erittäin paljon. Kuvat vaikuttavat suuresti siihen minkälainen mielikuva sivustosta käyttäjälle muodostuu. Ohjelmien omia promokuvia olisikin syytä käyttää jos ei ole hyvää syytä tehdä toisin. Varsinkin ulkomaalaisten laatusarjojen promo-materiaali on usein niin laadukasta, että olisi tyhmää olla hyödyntämättä niitä. Esimerkiksi nykyisillä *Nelonen.fi* sivuilla olevat screenshotit näytettävistä ohjelmista ja erityisesti *Sää* osion kuvat ovat suurelta osin erittäin huonolaatuisia ja ne pitäisi ehdottomasti korvata paremmilla kuvilla. En ole laittanut ohjelmien kuvien päälle play-painikkeita, vaan painike ilmestyy vain kun hiiren kursori on kuvan päällä. Näin kaikki kuvainformaatio on aina näkyvillä selkeästi ilman häiritseviä ja turhia elementtejä.

Tämäkin osio on suunniteltu niin, että se on yhdenmukainen muiden kanavien vastaavien osioiden kanssa. Näin osioiden yhdistäminen eri kanavien kesken on helppoa ja käyttäjän ollessa kirjautuneena sisään hän voi yhdistää osia vaivattomasti. Esimerkiksi *Uutiset* osiossa tullaan käyttämään samanlaista uutisten jaottelua. Ohjelmia pystyy myös kommentoimaan painamalla kuvan oikean alakulman alla olevaa puheakuplaa. Puheakuplan luvusta näkyy kuinka monta kommenttia ohjelmasta on jo annettu. Bannerin oikeasta yläkulmasta voidaan avata kyseiset ohjelmat tai uutiset koko näytön kokoiseen ikkunaan.

10.9.1 FULL SCREEN MODE (OSA 2 s.24–29)

Idean tähän näkymään sain kun selailin kuvia tietokoneellani. Minulla oli paljon kuvia samassa kansiossa ja halusin nähdä nopeasti mitä kuvia ne olivat. Tämä on

muodostunut niin yleiseksi toimenpiteeksi tietokonetta käyttäessäni, että en edes ajattele sitä sen kummemmin työskennellessäni. Painan tietokoneeni näppäimistöä *cmd+a* näppäinyhdistelmän jolla pystyn valitsemaan kaikki kansion kuvat. Sen jälkeen avaan kuvat *Preview* kuvaohjelmaan josta saan valittua koko näytön kokoisen näkymän. Saan kuvat näkyville koko ruudun alalle. Visuaalisesti tämä toimii erinomaisesti. Kuvat ovat aina kauniisti gridissä mustalla taustalla ja ne täyttävät automaattisesti koko näytön alan riippumatta näytön koosta. Samanlainen toiminto toimisi mielestäni loistavasti myös *Nelonen.fi* palvelussa. Koko näytön voisi täyttää ohjelmien informaatiosta. Tämän näkymän tehokkuudesta on myös selkeää tutkimustietoa. *Poytner*:in tutkimuksessa selvitettiin silmän liikkeiden seurannan avulla kuinka ihmiset lukevat uutisia tablettilta. Uutisten lukua testattiin kolmella eri layout vaihtoehdolla jotka olivat: *perinteinen*, *karuselli* ja *flipboard*. Ylivoimaisesti suosituin näkymä oli juuri tällainen *carusell* näkymä missä uutiset ovat jaettu tasaisesti koko näytön alalle ja uutisia oli enemmän kuin muissa näkymissä uutisten pienen kook ansiosta. Lukijoista 55 prosenttia suosi tätä näkymää. Samassa tutkimuksessa todettiin myös, että lukija vilkaisi keskimäärin 18 uutista ennen kuin aloitti ensimmäisen uutisen lukemisen. Lukija siis epäroi hyvinkin pitkään ennen kuin hän aloittaa lukemaan ensimmäistäkään uutista. (poytner.org/how) Tämä tutkimus tukee ajatusta siitä, että informaatiota on hyvä olla paljon mutta kuitenkin selkeästi ja tasavertaisesti esitettynä. Käyttäjät myös ensisijaisesti odottivat, että sivuja skrollataan vasemmalta oikealle, eikä ylhäältä alas. Tämä tietenkin johtuu tablettien tekniikasta ja siitä kuinka ihmiset ovat tottuneet jo käyttämään älypuhelimia. Lähestulkoon kaikissa älypuhelimissa pyyhkäisy – *swipe* – toiminto toimii horisontaalisesti. On mielenkiintoista huomata kuinka uudet tekniikat vaikuttavat näinkin syvällisesti ihmisten loogiseen ajatteluun. Vielä ennen älypuhelimia kaikki liike digitaalisessa maailmassa tapahtui melkein poikkeuksetta pystysuunnasaa. Tämä tietenkin juontaa juurensa hiiren skroll ominaisuuteen joka mahdollisti helpon ylhäältä alas liikkumisen. Nyt kun kosketusnäytölliset laitteet mahdollistavat paremmin 360 asteen sisällä liikkumisen niin myös uudet ratkaisut nostavat päätään. Suunnittelijat joutuvatkin pohtimaan uusia ratkaisuja sivun navigointiin koska palvelua tullaan seuraamaan useammalta eri päätelaitelta joiden käyttötavat eroavat radikaalisti toisistaan.

Monet televisioyhtiöt käyttävät Internet-palveluissaan vain murto-osan ison näy-

tön koosta hyödyksi. Esimerkiksi *Nelonen.fi*:n harmaa tausta Käyttäjä saisi nopean ja selkeän visuaalisen informaation kanavan ohjelmatarjonnasta mikä helpottaisi mielenkiintoisen sisällön löytämistä. Jos käyttäjällä on käytössään 30 tuumainen näyttö niin hän saa kaiken hyödyn irti sen suuresta koosta, kun taas käyttäjä jolla on pieni näyttö saa kaiken mahdollisen hyödyn irti myös siitä vaikka se onkin rajoittuneempi suhteessa isompaan. Tästä johtuen ei tarvitsisi tehdä niin suuria kompromisseja palvelun suunnitteluvaiheessa käyttäjien eri näyttökokojen takia. Sivut käyttäisivät tässä näkyvässä aina näytön jokaisen olemassa olevan pikselin.

Ohjelmat voidaan myös järjestää näkymän sisällä eri arvojen mukaan: *uusin ensin, vanhin ensin, pisin ensin*... Näin käyttäjän on helpompi selata suuriakin määriä informaatiota erittäin nopeasti ja helpottaa itselleen sopivan ohjelman löytymistä. Ohjelman alla on aina pieni *status bar* joka kertoo kuinka paljon käyttäjällä on vielä aikaa katsoa ohjelma *Ruutu.fi* palvelussa. *Status bar*:in väri muuttuu punaiseksi kun aikaa katsomiseen on alle 48 tuntia.

Kun käyttäjä on tehnyt päätöksen ja haluaa katsoa tiettyä palvelun tarjoamaa ohjelmaa. Hän painaa sitä ja ruudun keskelle aukeaa uusi ikkuna ohjelman katsomista varten. Ikkunan saa yhdellä napin painalluksella koko näytön kokoiseksi. Tämän ikkunan sisällä voi myös siirtyä listan seuraavaan ohjelmaan ilman, että ikkuna pitää sulkea.

Kun hiiri tuodaan ohjelman aikajanan päälle aukeaa uusi ikkuna mistä näkee mitä hiiren osoittamassa kohdassa tapahtuu. Tämän toiminnon avulla oikeaan kohtaan siirtyminen on helpompaa kun käyttäjä saa aina visuaalisen informaation pelkän ajan sijaan. Tällainen toiminto on käytössä *YouTube* palvelussa ja henkilökohtaisesti koen sen erittäin hyödylliseksi. Jos käyttäjä on kirjautuneena sisään palveluun niin hän pysyy myös jättämään ohjelman kesken ja jatkamaan ohjelman seuraamista myöhemmin millä tahansa laitteella samasta kohdasta.

11 LOPPUTYÖN YHTEENVETO

Opinnäytetyössäni tutkin miten *Nelonen.fi* palvelua voitaisiin parantaa ensisijaisesti käyttäjän näkökulmasta. Paremmen käytettävyyden seurauksena myös mainonnasta saadun tulon pitäisi parantua. Tätä on tietenkin vaikea todistaa ilman tarkkoja tutkimuksia ja lukuja, mutta väitteeni pohjautuu yksinkertaiseen ajatukseen siitä, että kun palvelun käyttäjämäärät kasvavat käytettävyyden kasvun seurauksena, niin silloin myös mainonnasta saatu hyöty on tehokkaampaa, koska se tavoittaa entistä enemmän ihmisiä.

Produktio-osuus alkoi kasvaa työn edistyessä. Kuten jo johdannossa totesin, tutkimuksen ja konseptoinnin lopettaminen oli erittäin hankalaa, koska uusia ideoita ja ajatuksia tuli koko prosessin ajan eikä se ole vieläkään loppunut. Lopputyöstä jäi uupumaan vielä useita ideoita ja ajatuksia mitkä olisivat mielestäni tehneet siitä paljon paremman, mutta ajan rajallisuuden ja työn laajuuden takia en yksinkertaisesti pystynyt saamaan kaikkea näiden kansien väliin. Tästä on kuitenkin hyvä jatkaa tutkimusta eteenpäin ja terävöittää ajatuksia vielä kirkkaammiksi.

We need to invent a new and a radical form of collaboration that blurs the boundaries between creators and consumers. It's not about "us versus them" or even "us behalf of them". For the design thinker, it has to be "us with them."

TIM BROWN

12 LÄHDELUETTELO

12.1 KIRJAT

Arnkil, Harald 2008. Värit havaintojen maailmassa, Taideteollisen korkeakoulu julkaisuja

Auletta, Ken 2009. Googled, *The End of the World as We Know It*, [Penguin Books](#)

Battelle, John 2005. The Search: *How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, [Penguin Group](#)

Brown, Tim 2009. Change By Design, *How Design Thinking Transforms Organizations And Inspires Innovation*, Harper Business, An Imprint of HarperCollins Publishers

Hautamäki, Antti; Kaivo-oja, Jari; Kauhanen, Erkki; 2007. Innovaatiomedia, *Journalismi tulevaisuuden tekijänä*, [Helsinki University Press](#)

Norman, Donald A. 1998. The Design of Everyday Things [The MIT press edition](#). [Originally published in hardcover by Basic Books in 1988](#)

Jacobs, Dany 2007. Adding values: The Cultural Side of Innovation [ArtEZ Press](#)

Johnson, Steven 2006. Kaikki huono on hyväksi, *Miten nykyinen populaarikulttuuri tekeekin meistä älykäämpiä* (Alkuperäisteoksesta *Everything Bad is Good for You. How Popular Culture is Making Us Smarter*) suom. Kimmo Pietiläinen [Terra Gognita](#)

Maeda, John 2006. The Laws of Simplicity *Design, Technology, Business, Life* [The MIT Press](#)

Rheingold, Howard. 2003 Mobiilijoukot (*Smart Mobs – The next Social revolution*) Suom. Lauri Mäkelä [Like](#)

Setälä, Pauli Aalto 2005. Merkitystalous, [Kirjapaja](#)

Shirkey, Clay 2012. Cognitive Surplus: *Creativity and Generosity in a Connected Age*, [Penguin Group](#)

Tapscott, Don; Williams, Anthony 2010. Wikinomics *How Mass Collaboration Changes Everything*, [The penguin Press](#)

12.2 INTERNET

Blodget Henry and Cocotas Alex, State of Internet Business insider <http://www.businessinsider.com/state-of-internet-slides-2012-10#-9>

Dickenson Quinn Sara, New Poynter Eyetrack research reveals how people read news on tablets Poynter <http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/visual-voice/191875/new-poynter-eyetrack-research-reveals-how-people-read-news-on-tablets/> (*Published Oct. 17, 2012*)

Moulding John, Comcast demonstrates potential for tablet TV http://www.egta.com/press_review/press_review_235/digital_comcast.html (*Source: Videonet, 2 March, 2012*)

Wayne Friedman, TV Shows With Online Access improve Reach http://www.egta.com/press_review/press_review_235/research_tv_shows.html (*Source: Media Post, 29 February, 2012*)

<http://www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-lyhyesti>)

<http://www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-media-finland2/sanoma-media-finland-lyhyesti>

OLLI HANNONEN

KANDI OPINNÄYTETYÖ

Appearances are only part of the story: usability and understandability are more important.
Dan A. Norman

OSA 2

GRAAFINEN SUUNNITTELU

MEDIAN LAITOS

KILPAILEVIEN KOTIMAISTEN KANAVIEN SIVUT

MTV 3

La 27.10.2012 Hello, Hello, Hello! | Palaute | Mainosta Maikkarilla | Ikkärjat | Haku | MTV3.fi | Web | Google | Käyttäjät | Hae

MARKET
Klikkaa ja katso viikon parhaat edut!

259
Paulti Juhla Mokka kahvi
500 g (5,18/kg)
2/talous

mtv3.fi
Kimppadilli | Keventäjät | Jokakoti | Pelit | MTV3 Kuvapankki | su | C MORE | AVA

Etusivu | Uutiset | Sää | Urheilu | Viihde | Katsomo | TV-ohjelmat | AVA | Koti | Makuja | Matkailu | Luukku

Sää klo 12:00
Helsinki
Suomen tarkin sadetutka
Euroopan sää
+2

Uudistunut avatv.fi
Suomalaisten tarinat: Tämä oli elämäni o...
Miten helpottaa koiran kutinaa? Eläinlääk...
Visi itsenäistymisen myyriä
Hurmaavalla Pipsa Humerimalla juhlien ...

MTV3.fi - Makuja - Uutiset
Tiesitkö: Tämä suomalaisherkku nopeut...
Herkulliset vinkit: Näin korvaat epätervee...
5 pahinta välipalaa vyötäröllesi - syökö...
6 ruokaa - näillä nopeutat kehoasi rasvamp...

Juuri nyt
IL: Finnairin johtaja epäillään työsuojelurikoksista

KATSO VIDEO

Katso ensi viikon ennuste
Sulavatko nämä lumet?

MTV3:n meteorologi Liisa Rintaniemi ennustaa ensi viikon sään.

Demi
Suomen suosituin nuortenlehti
5 nroa
21€
+ lahjoita Puma tunteita

TV 5

TV5 | TV5
tv5.fi

NAISTE RAND
LADIES BEACH
ЖЕНСКИЙ ПЛЯЖ

Tähelepanu! Alal võib viibida alasti inimesi!
Attention! There may be nude people in the area!
Внимание! На территории могут находиться обнаженные люди!

Call Me Fitz
Torstai-iltainen

Sykeä tuo mukanaan uudet toisen tuotantokauden jaksot Jason Priestleyn ohittamassa komediasarjassa Call Me Fitz. Priestleyn roolihahmo Richard "Fitz" Fitzpatrick on kiero, mutta karismaattinen käytettynä suojien myyjä, joka viettää iltojaan kirkkoissa.

50-DOKUMENTIT
TV5:n suosituimpiin ohjelmiin kuuluvat 50-dokumentit kertovat aiheista, jotka viihdyttävät, yllättävät ja toisinaan myös shokeeraavat yleisöään. 50-dokumentit pureutuvat suoravälisellä alkanne puhuttaviin aiheisiin ja ajankohtaisiin ilmiöihin ympäri maailmaa.

Ohjelmat
SARJAT
TV5 esittää monipuolisesti kotimaisia ja ulkomaisia viihde-, drama- ja tosi-tv-sarjoja. Syksyn 2012 kokonaisuus ovat muun muassa YouTube-ilmiö Justimuksen oma seksisarja, tosi-tv-sarja Tallinnan toinen kausi sekä dramakomedia Franklin & Bash.

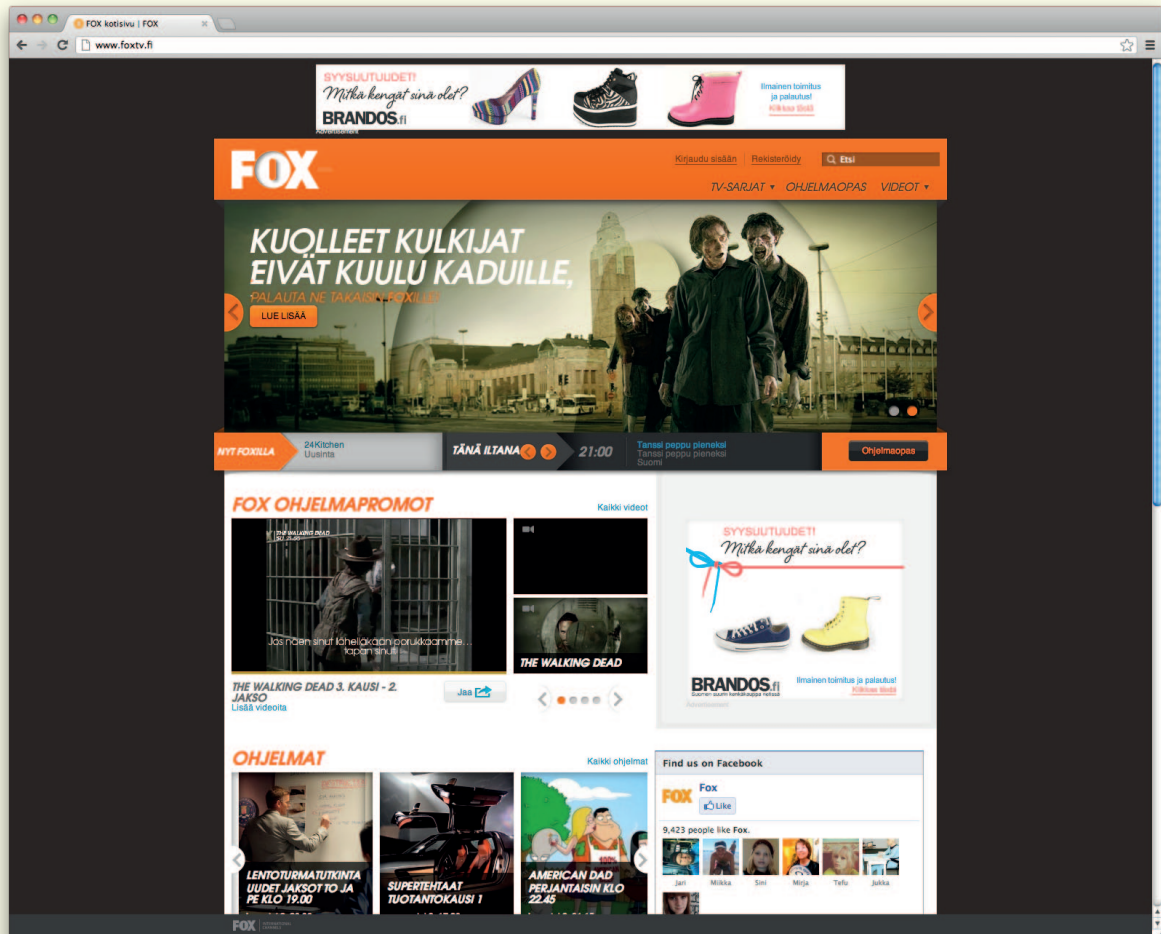
Ohjelmat tänään
Ohjelmat huomenna
6 vuorokauden ohjelmat

06:30 Jon ja Kate +8
07:00 Lentokenttä UK
07:40 Matkook
08:30 Pöytäkirja
09:00 Kellarin kunkku
09:30 Kellarin kunkku
09:55 Best Direct
10:55 Teine
11:25 Teine
11:55 Teine
12:25 Teine
12:25 LavantoriForum: Sisustaminen ja remontointi
12:55 Rattarien perheonnela
13:45 Elämä uusiksi
14:35 Out rippuvuus
15:05 Huppeat hääkaikut
16:00 SD: Pöytäkirja-käsitteksi
16:55 Elokuva: Tuhkimotarina
16:45 Elokuva: The net - verkko kiristyy
21:00 Elokuva: Pientä säätöä
23:20 Playboy esittää: Sexsters
00:30 Elokuva: Keskiyön kiusaus
02:10 Elokuva: Vantage Point - askelen edellä
03:40 Jersey Shore

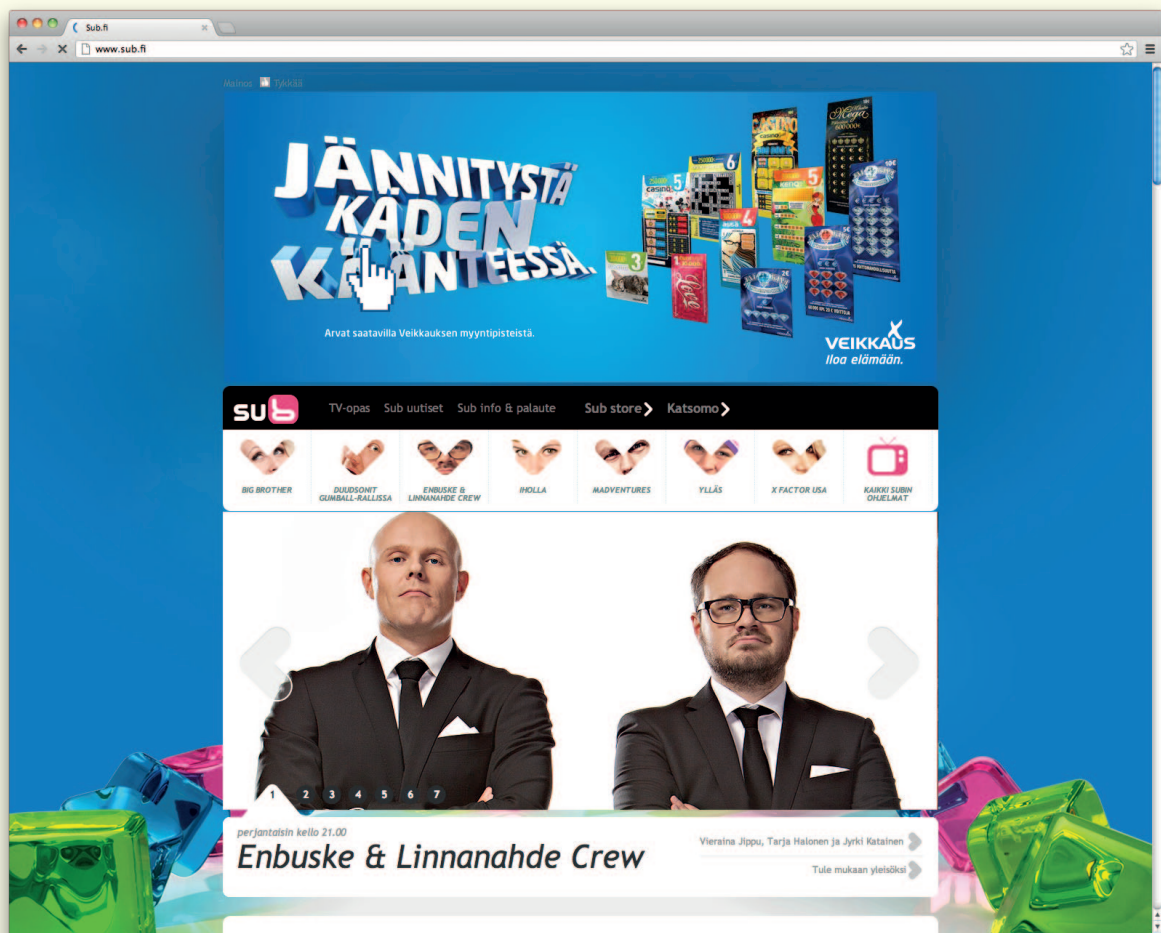
Tallinna 2
OSALLISTU KILPAILUUN
Tallinna TV5:lla 9:10: alkaen ti-to klo 20:00

KILPAILEVIEN KOTIMAISTEN KANAVIEN SIVUT

FOX



SUB TV



ULKOMAISTEN KANAVIEN SIVUT

ITV BRITANNIA

The screenshot shows the ITV website with a dark header containing navigation links: **itv**, TV Shows, TV Guide, ITV Player, News, Sport, and More from ITV. A search bar is located on the right. The main content area is divided into several sections:

- I'm A Celebrity...**: A featured section with a video player and text: "Watch the official trailer as the jungle takes over - plus an Ant & Dec behind-the-scenes exclusive. Making of the trailer. See it in snaps".
- What's on**: A section listing upcoming programs with their start times, including "Horrid...", "Coronation St...", "Carry On Cru...", "UEFA Champions...", and "Shake It Up!".
- Catch up**: A section with video thumbnails for "The Only Way is Essex" and "DCI Banks".
- Most watched**: A list of popular programs including "The Only Way is Essex", "Celebrity Juice", "Emmerdale", and "Emmerdale".
- The X Factor: Live Shows**: A section featuring "Say A Little Prayer" and "Feeling free and a little hoarse".
- ITV Sport**: A section with "Latest football news" and "Latest Premiership rugby highlights".
- ITV Live**: A section with "TheXFactor" updates and "BREAKING NEWS: #3EEKS!".
- Also on ITV**: A section with "Take Me Out", "Celebrity Juice", and "Text Santa".

TV 4 RUOTSI

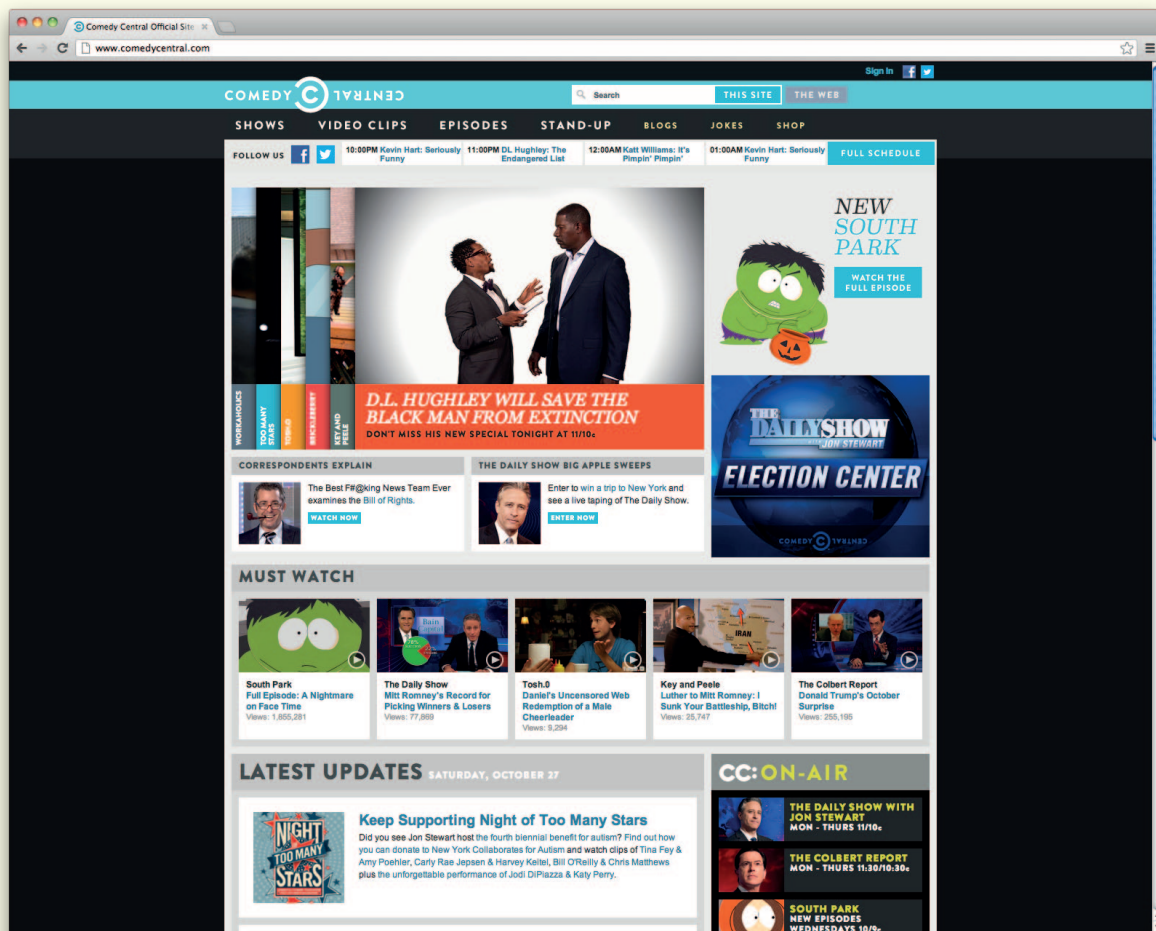
The screenshot shows the TV4 website with a light-colored header. A large promotional banner at the top reads: **99:- /MÅN BETALA ENDAST FÖR DINA FAVORITKANALER**. Below the banner, there are navigation links: **4**, Program & kanaler, Tablå, TV4 Play, Nyheter, and Sport. A search bar is also present.

The main content area features a large video player with the text: **"Vi borde ha valt andra låtar"**. Below the video player, there are several program thumbnails and sections:

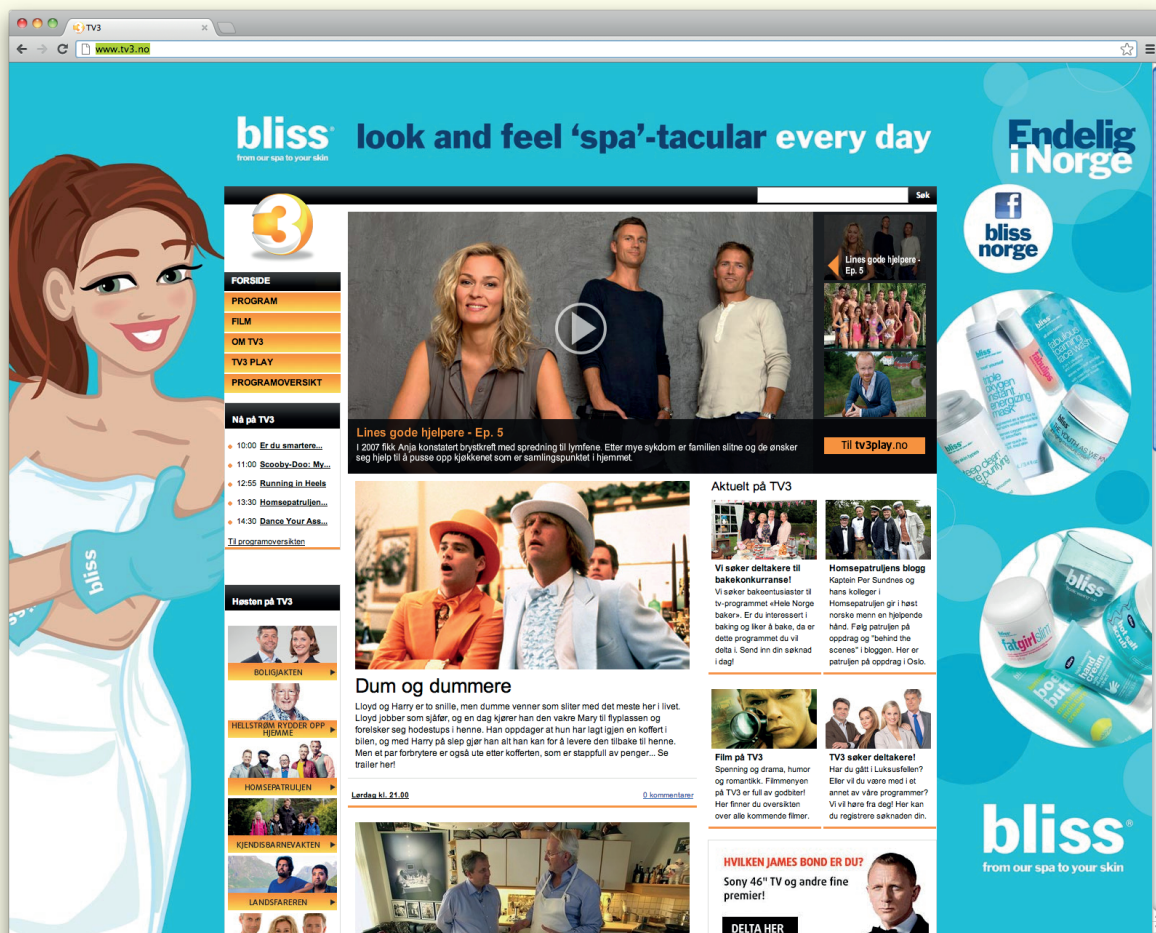
- Nästa avsnitt**: A section for the next episode of "X Factor".
- Mer från X Factor**: A section with "Se alla framträdanden" and "Lyssna på låtarna".
- Alla recept**: A section with a recipe for "Fjärde liven".
- Bloggar på tv4.se**: A section with a blog post about "X Factor-bögen".
- Mest populära klipp**: A section with popular clips from "Solsidan" and "Xtra Factor".
- Annons**: A section with an advertisement for "VÅR KÄNDA KVALITET I PLATTA PAKET".

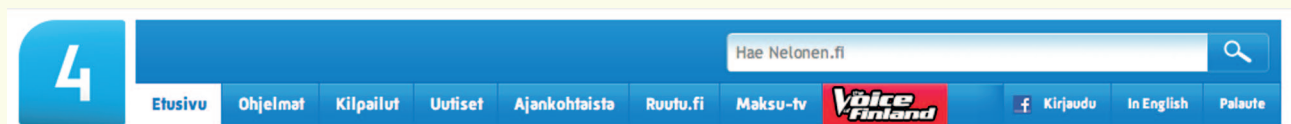
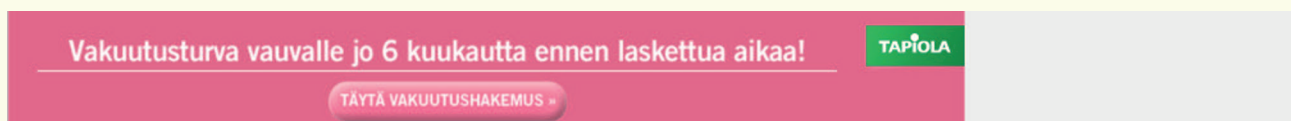
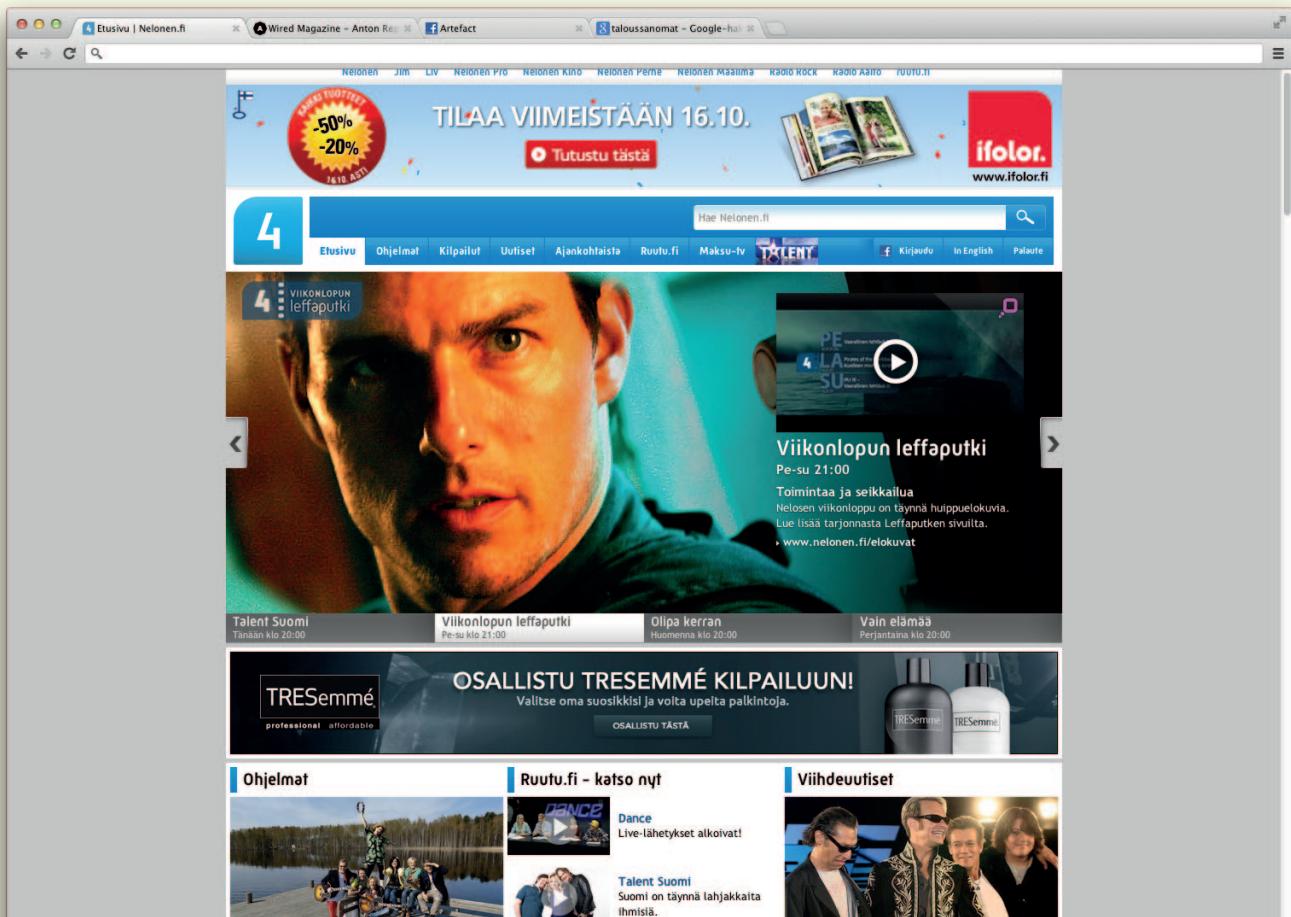
ULKOMAISTEN KANAVIEN SIVUT

COMEDY CENTRAL USA



TV 3 NORJA







Matkaoppaat
Tänään klo 19:00

Uusi kausi Bulgariasta
Maijan ja Anne-Marin on määrä suunnata kohti Sofiaa, mutta Maijaa ei näy. Tanja ja Niko ostavat matkalaukun täyteen ja Kultahietikolla ryskytellään menemään vesiskoot...
» www.nelonen.fi/matkaoppaat

Matkaoppaat
Tänään klo 19:00

Huvila & Huussi
Tänään klo 20:00

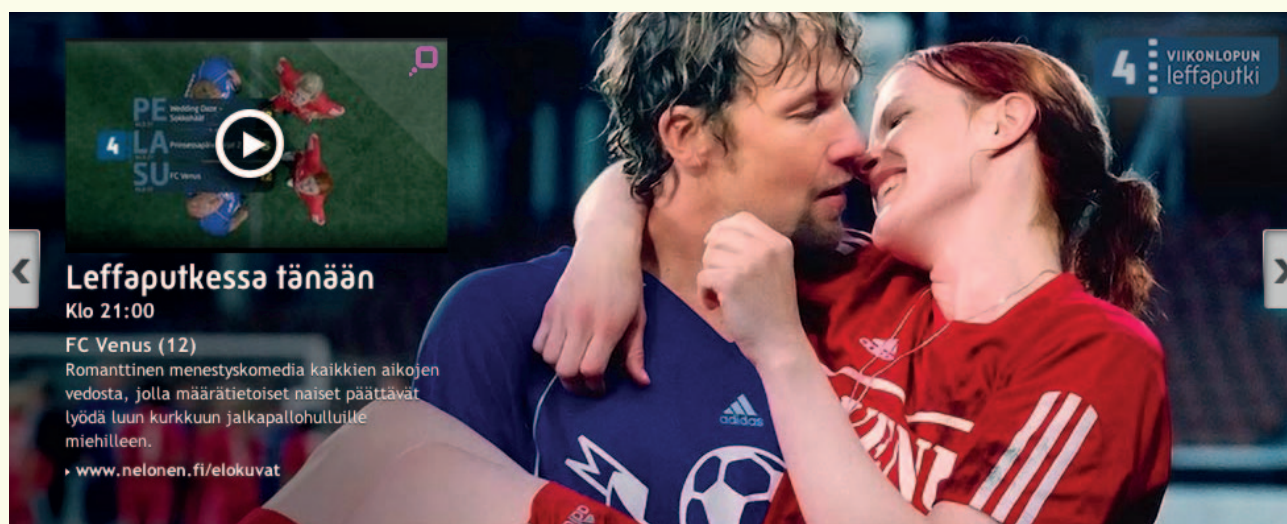
Tiistalleffa
Tänään klo 22:00

Hyvät ja huonot uutiset
Huomenna klo 22:00



Junior MasterChef
Tänään klo 20:00

Nyt on nuorten vuoro kokata! Kilpailijoilla on ensimmäistä kertaa edessään mysteerilaatikko. Toinen koitos taas on painetehtävä. Kilpailijoiden tehtävänä on valmistaa haastava jälkiruoka, toisin...
» www.nelonen.fi/juniormasterchef



Leffaputkessa tänään
Klo 21:00

FC Venus (12)
Romanttinen menestyskomedia kaikkien aikojen vedosta, jolla määrätietoiset naiset päättävät lyödä luun kurkkuun jalkapallohulluille miehilleen.
» www.nelonen.fi/elokuvat

4. VIKONLOPUN leffaputki

Comedy panelshow

HYVÄT JA HUONOT UUTISET

Keskiviikkoisin klo 22

Ilta-Sanomat

Makkarapula uhkaa Suomea

Suomalaisten grillibileet ovat vaarassa jäädä vaille suomalaista kansallisherkkua, makkaraa. Pahimmillaan grillimakkarapula iskee juhannuksena, jolloin kulutuksen tiedetään olevan suurta. Grillimakkarapulan taustalla on sianlihatuotanto, joka ei erilaisista vaikeuksista kärsiessään pysy kulutuksen perässä.

Äänestys on päättynyt. Tulokset julkaistaan 16.5.2012 22.00.

» LISÄÄ HYVIÄ JA HUONOJA UUTISIA, ÄÄNESTÄ TÄSTÄ!



4

Sokkokokki

UUDET JAKSOT 26.4. ALKAEN TO KLO 20

Ohjelmat



Mitä tuli tehtyä

Mitä tuli tehtyä, Sara?

Mitä tuli tehtyä on uusi koko perheen ohjelma, jonka jokaisessa jaksossa paljastetaan hypnoosin avulla jonkun julkisuuden henkilön tuntematon puoli. Ensimmäinen jaksotauko 19.5. hypnoosiin vaipuu miss Suomi Sara Chafak.

Matkaoppaat

Matkaoppaat palaa Alanyaan - hae mukaan!

Tule mukaan Matkaoppaat-sarjan uusien jaksosten kuvauksiin ja ikuista huikkeitä lomamuistosi! Kuvaukset Turkin Alanyaassa tehdään 8.9.-27.10.2012. Ilmoittaudu jo ennakoon mukaan ohjelmaan, ja ota meidät mukaan seuraamaan päiväsi rannalle, retkelle tai ostosreissulle.

Talent Suomi

Talentin esikarsintakierros lähestyy!

Talent Suomen neljäs tuotantokausi nähdään Nelosella ensi syksynä. Huippusuositun kykykilpailun esikarsintakierros lähtee liikkeelle 22. toukokuuta Rovaniemeltä ja kiertää 15 paikkakuntaa. Ilmoittaudu mukaan!

Dance

Dance tulee taas - vielä ehdit hakea!

Suosittuun So You Think You Can Dance -formaattiin perustuva Dance palaa Neloselle! Haku uudelle kaudelle on nyt auki.

» nelonen.fi/hyvatjahuonotuutiset» nelonen.fi/ajankohtaista» nelonen.fi/lapset» nelonen.fi/elokuvat

Ruutu.fi - katso nyt



The Voice of USA

Laulukilpailu Amerikan malliin.



Blue Bloods

Suosikin uusintakierros.



Hyvät ja huonot uutiset

Vieraana Niina Lahtinen.



Häät sulhasen tapaan Suomi

Veera ja Aleksi - osa 2.



NCIS Rikostutkijat

Kuka kuuntelee ketä ja millä oikeudella.



Huvila&Huussi

Hyötypuutarhaa rakentamassa.

» Ruutu.fi

Viihdeuutiset



Michael Jacksonin vaatteet maailmankiertueelle

Tiistai 15.05.2012

Edesmenneen laulajan Michael Jacksonin vaatekokoelma lähtee maailmanlaajuiselle kiertueelle. Näyttely avautuu perjantaina Chilen pääkaupungissa Santiagossa.

» Leffahuhut: Hänestä Mick Jagger tulevaan Rolling Stones -leffaan!

» Nyt se on virallista: Velvet Revolver sai laulajan!

» Legendaarisen kauhuelokuvan uusi versio työn alla

Nelonen nyt

Tiistai 15.05.2012

09:30 Vauvan tarina

10:00 Kauneusklinikka Rand Rusher (7)

10:30 Pikakurssi kodinostoon

11:00 Ostosruutu

11:40 Ostosruutu

12:20 Ostosruutu

Aina Medela Alma -syöttöratkaisu tuntuu
Radio Aallon kesäkonserttiin itsellesi ja ystävällesi.

Osallistu

BERNER

Nelosen uutiset - uusimmat uutiset

Julkaistu: 15.05.2012 08:06 | Päivitetty: 15.05.2012 10:42 | ULKOMAAT

Sojuz-alus lähti kohti avaruusasemaa



Kazakstanin Baikonurista laukaistiin varhain aamulla venäläinen Sojuz-alus kohti Kansainvälistä avaruusasemaa ISS:ää.

» Lue lisää

Veronmaksajat: Verotus kiristyy ensi ja seuraavana vuonna

HS» (TALOUS | 15.05.2012 10:48)

Kysely: Suomalaisten hoitoonpääsy kangertelee (KOTIMAA | 15.05.2012 10:48)

Saksan talous kääntyi kasvuun alkuvuonna HS» (TALOUS | 15.05.2012 10:14)

Masentuneen hoito takkuu kiireessä (KOTIMAA | 15.05.2012 10:12)

Suomalaiset höyläävät korttejaan yhä ahkerammin (TALOUS | 15.05.2012 10:06)

Psykiatrit: Breivik oikeudessa aiempaa vainoharhaisempi

HS» (ULKOMAAT | 15.05.2012 10:04)

Seuraa livenä Ranskan presidentin virkaanastujaisseremoniaa!

(ULKOMAAT | 15.05.2012 10:14)

Psykiatrit: Breivik aiempaa vainoharhaisempi (ULKOMAAT | 15.05.2012 10:40)

Eurohuolet halventavat öljyä HS» (TALOUS | 15.05.2012 09:46)

Pohjois-Korea lopetti gps-signaalien häirinnän etelässä

HS» (ULKOMAAT | 15.05.2012 09:25)

Sojuz-alus lähti matkalle kohti avaruusasemaa HS» (ULKOMAAT | 15.05.2012 09:19)

Pohjois-Korea lopetti gps-signaalien häirinnän etelässä (ULKOMAAT | 15.05.2012 08:58)

Uusimmat uutisvideot



Immonen: Paikkoja tulee, ei pidä tuskastua



Mäenpää: Suomi palasi takaisin Meidän peliin



Tehomies Filppula: Tänään olimme valmiimpia



Janne Kataja rusikoi hometalonsa kappaleiksi

» Lisää uutisvideoita

Sää





LEIJONAN LUOLA

TEE KEKSINNÖSTÄSI TAI BISNEKSESTÄSI MENESTYSTARINA - HAE MUKAAN!



Facebook

- Kattori Tikkanen recommended Dance - Koetanssi: Haza Hajipoori. · about a week ago
- Kattori Tikkanen shared Dance - Koetanssi: Haza Hajipoori. · about a week ago
- Kattori Tikkanen shared Dance - Koetanssi: Hozan Omar. · about a week ago
- Kattori Tikkanen recommended Dance - Koetanssi: Hozan Omar. · about a week ago
- Kattori Tikkanen shared Dance - Uutinen - Kolminkertainen streetin SM-mestari mukana Dancen koetansseissa. · about a week ago
- Kattori Tikkanen recommended Dance - Uutinen - Kolminkertainen streetin SM-mestari mukana Dancen koetansseissa. · about a week ago
- Enni Koistinen shared The Voice of Finland - Ääninäyte: jasu. · about a month ago

Facebook social plugin



Nelosella tänään



klo 17.15
Dance
» nelonen.fi/dance



klo 19.00
AnkkaRäp 2012
» nelonen.fi/ankkarap-2012



klo 19.30
Talent Suomi
» nelonen.fi/talent-suomi



klo 21.00
Elokuva: Menetetty maa
(16)
» nelonen.fi/ohjelmat/elokuva-menetetty-maa-16

Tärkeät päivät

La 27.10. klo 19.00
Huikea junnuräppärien kisa AnkkaRäp alkaa!

La 27.10. klo 19.30
Talent Suomen suorat lähetykset Espoon Barona Areenalta alkavat! Ensimmäiset semifinalistit kilpailevat paikasta finaaleissa.

Su 4.11. klo 20.00
Olipa kerran -sarjassa seikkailee myös Tuhkimo.

To 15.11. klo 20.00
Katsojien odottama Dancen huikea suora finaali-lähetykset!

Kilpailuja



Voita omaksesi Samsung NaviBot robotti-imuri!
Tee arkiaskareitasi kerralla helpompaa ja energiatehokkaampaa! Tutustu Samsungin tuotevalikoiman kirkkaimpiin tähtiin ja osallistu kilpailuun!

» [Osallistu kilpailuun tästä!](#)



Valitse suosikkisi ja voita matka Disneylandiin!

Kalapuikot vai Kananuggetit? Valitse suosikkisi Oolannin uusista Lempiruoka-aterioista ja löydä itsesi Disneylandista!

» [Osallistu täältä!](#)



Orion Pharman Flunssamiddari!

Onko dedä dukossa, kuumetta ja yskä pitää naapuritkin hereillä? Testaa flunssasi taso Orion Pharman Flunssamiddarilla!

» [Testaa flunssasi taso täältä!](#)



Onko sinulla uusi menestyskeksintö?

Tule esittämään ideasi viidelle pääomasijoittajalle Leijonan luola -ohjelmaan.

» [Hae mukaan täältä!](#)



Tilaa ilmainen Löffbergs-maistiainen!

Nappaa itsellesi pussillinen tummapaahtoa Löffbergs Kharismaa ja osallistu loisteliaan illallisen arvontaan.

» [Osallistu täältä!](#)

Nelosen ohjelmat

90210
Aavekuiskaaja
Adam Lambert
Ase kiikarissa
Avatar
Big Love
Blue Bloods
Breaking Bad
Californication
Castle
Criminal Minds - FBI-tutkijat
Damages
Detroit 1-8-7
Dexter
Dr. Phil
Drop Dead Diva
Eden
Eden Pihaklubi
Eläinsairaala
Eläintenpelastustiimi
Elixir
Elixir - yli esteiden
Faces
Foo Fighters: Back and Forth
Frasier
Good Wife
Greyn anatomia
Greyn Anatomia
Hauskat kotivideot
Havaiji 5-0
Homma haltuun
Huippukokki lähtee maalle
Huippumalli haussa
Hullut japanilaiset
Hurja remontti
Huvila&Huussi
Hyvät ja huonot uutiset
Inno
Isänmaan toivot
Kallio
Kauneusklänssi Rand Rusher
Kenraali Pancho & Pojat Pohjoiskalotilla
Kierrätysmuotia Hollywoodissa
Kill Arman
Koiralle koti
Kumman kaa
Kuorosota
Kylmäverisesti sinun
Lapsuuteni luuserina
Leenan tyyliini
Lego Hero Factory
Luksusmuotia kaikille
Maailman öväreimmät juhlat

Mad Men
MasterChef Suomi
Matkaoppaat
Meidän isä on parempi kuin teidän isä
Miljonääriäidit Maria & Nina
Mitä tuli tehtyä
Näkijä
Nätti nakuna Kanadassa
NCIS Los Angeles
NCIS Rikostutkijat
Neljän tähden illallinen
Neljät häät
Nelonen Pro esittää: MotoGP-makasiini
Nigellan uudet herkut
Niki viinitilojen keittiössä
Nurse Jackie
Onnea matkaan, Charlie
Outo, uusi elämä
Pelastushelikopteri
Pikakurssi kodinostoon
Pulkkinen
Pulmuset
Puolivahingossa
Rooma
Ruma Betty
Saimin enkelit
Shield - lain varjolla
Sinkkuelämää
Sinkkuisä Gary
Sokkokokki
Start!
Suojelijat
Talent Suomi
Tanssi peppu pieneksi
Täydelliset naiset
Team Ahma
The Voice of USA
Tudors
Tuuri
Unelmien poikamies
Unelmien poikamiestyttö
Unitupa
Usko tai älä
Uusi elämä maalla
Valio Kotiruoka LIVE
Vauvan tarina
Victoria's secret fashion show 2011
Virta
Weeds
Wipeout UK
Yksi lensi yli Marin pesän

» Ohjelmaopas

Nelonen suosittelee



Nelonen Pro

NHL:n ratkaisupelit Nelonen Prolla

Nelonen Pro ja Viasat näyttävät yksinoikeudella kaikki tämän kauden NHL-pudotuspeliottelut, finaalieja unohtamatta.



Nelonen Kino

Palkittu Mad Men uusin jaksoin Kinolla

Loistavan Mad Men -sarjan odotettu 5. tuotantokausi käynnistyi USA:ssa 25.3. Nelonen Kinon katsojat pääsevät nauttimaan tämän huippusarjan viimeisimmistä käänteistä perjantaisin kello 20.00.



Liv

Osaako mies järjestää häät?

Millainen on täydellinen häpäivä tulevan aviomiehen unelmissa? Pian avioituvat parit erotetaan kolmeksi viikoksi ennen suurta häpäivää ja annetaan sulhaselle kaikki vastuu häpävasta juhlapaikan somistukseen. Livillä tiistaisin klo 20.30.

Ohjelmaopas

» Siirry ohjelmaoppaaseen

Nelonen

09:30 Vauvan tarina
10:00 Kauneusklinikka Rand Rusher (7)

10:30 Pikakurssi kodinostoon

11:00 Ostosruutu
11:40 Ostosruutu
12:20 Ostosruutu
13:00 Vauvan tarina
13:30 Kauneusklinikka Rand Rusher (7)
14:00 Pikakurssi kodinostoon
14:35 Huippukokki lähtee maalle

Jim

09:30 Ostosruutu

10:30 Ostosruutu

11:30 Lentokenttä
12:00 Ruotsin karmein koti
13:00 Krokotiilimies
13:30 Start!
14:00 Iron Chef UK
15:00 Leijonan luola Kanada
16:00 Panttilainaamo
16:30 Ruoka

Liv

09:30 Kotiruokaa Rachael Rayn tapaan
10:00 Vanessa ja pikkuväki

10:30 Heikin lähiruokaa

11:00 Kodista gourmet-ravintolaksi
12:00 Neulontakerho
12:30 Tyylillä treffeille
13:00 Pikkukaupungin missikeisari
13:30 Annan mehukas keittiö
14:00 Huippukokki lähtee maalle
14:30 Ilme nuoremaksi - Britannia

ILTA-SANOMAT

Videotuomarit: Granlundin kujanjuoksu päättyi - kakkosketju pilkottiin osiin

- Huh, mikä öky-yksiö Helsingissä! Tämän hinnalla saisi kolme omakotitaloa
- Janne Kataja: Tältä näyttää Suomen kuuluisimman hometalon sisällä
- Opiskelijatyttö sai joesta lihansyöjäbakteerin - jalka amputoitiin
- Lämmintä tulossa - pian rikkoonuu 20 asteen raja!
- Entinen Salkkari-tähti raskaana

HS.fi

Uutiset



Kommentti: Mikael Granlundia kävi sääliksi

Ilmainen aitiopaikka MM-kisoihin ei kelpaa kaikille kansanedustajille

Starbucks-kahvila aloittaa Suomessa

Jääkiekko on rauhan laji, toisin kuin jalkapallo

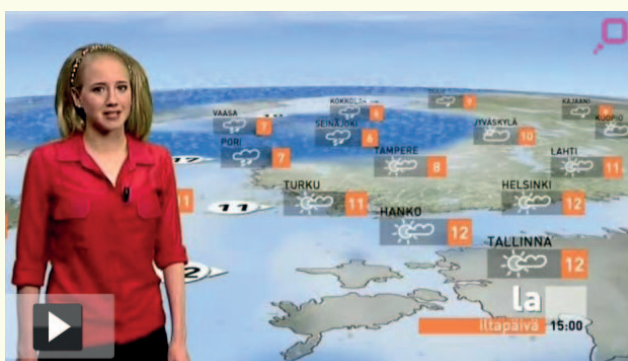
Psykiatrit: Breivik oikeudessa aiempaa vainoharhaisempi



NYT VOIT LUKEA PÄIVÄN HESARIN
MYÖS IPADILLA, MATKAPUHELIMELLA
JA TIETOKONEELLA.

HS Digilehti
18 €/kk

TILAA ►



4

[Etusivu](#)
[Ohjelmat](#)
[Kilpailut](#)
[Uutiset](#)
[Ajankohtaista](#)

PE 12.10.

LA 13.10.

SU 14.10.

MA 15.10.

TI 16.10.

KE 17.10.

TO 18.10.

PE 19.10.

LA 20.10.

SU 21.10.

MA 22.10.

TI 23.10.

YLE2	MTV3	Nelonen
Jutisikkuna	05:20 Aamusää	06:20 Ostosruutu
YIKKU KAKKONEN	05:50 Studio55.fi	06:40 Ostosruutu
lalle Luppakorva: rummo	06:25 Huomenta Suomi	07:00 Disneyn esikoulu: Viidakon vauhtiviikarit
ossu Pallero	09:25 Studio55.fi	07:25 Disney esittää: Timon ja Pumba (5)
nton Siilinen	10:00 Mitä tänään syötäisiin?	

Liv: Hulluna häämekkoihin (5)
Perjantai 12.10.2012 klo 09:45-10:15 (30min)
Katso Netti-TV:sta

Morsiusneidon mukinat. Morsiusneito heittäytyy hankalaksi eikä kelpuuta morsiamen valintoja. Toinen morsian taas on jättänyt hääpuvun hankinnan viime tinkaen. Amerikkalainen lifestyleohjelma. 1. tuotantokausi.

[Sulje](#)

09:45 [Hulluna häämekkoihin \(5\)](#)

09: hy: **Toteutamme**

Uusimmat

Suosituimmat

Toimitus suosittelee

Elokuvaopiskelijä perehtyi setänsä ja thainaisen suhteen laatuun
Tästä elokuvan aiheesta löytyy

Sisukkaat britit meloivat Englannista Suomeen
Helsinkiin saapui illansuussa kaksi erityisen sisukasta nuorta

Suomalaisprofessori vertaa Higgsin hiukasta sähköä keksimiseen
Tänään julkaistettu hiukkaslöytö

Perussuomalaisten Putkonen vaatii Per Looksin tekijöitä tulemaan esiin
Perussuomalaisten Matti

Perussuomalaisten Putkonen vaatii Per Looksin tekijöitä tulemaan esiin
Perussuomalaisten Matti

Ex-nokialaiset kehittävät uutta Meego-puhelinta
Nokian entiset työntekijät aikovat tuoda Meego-

Putin-nuoret juhliivat idolinsa synttäreitä Putin-stunteilla
Putin-nuorina tunnetut aktivistit onnittelivat 60-vuotiaasta

Näin Nelosen uudet ankkurit kuvailevat toisiaan
Nelosen uudistuvan uutislähetysten kasvoina

Tonni painoinen jättiläsiirre siirrettiin Helsingissä yhdessä päivässä
Miten siirretään 2600 tonnia

Talent Suomi

Klippi

Jakso 6: Suloinen Fanny Lappalainen laulaa ihanasti
Satu Helenius | Julkaistu: la 06.10.2012 klo 20:55
Fanny Lappalainen, 11, laulaa kauniisti, mutta ei mene tällä kertaa Talent Suomessa jatkoan. Tuomarit kehottavat häntä harjoittelemaan lisää ja palaamaan asiaan muutaman vuoden kuluttua.

Kommentit (0)

Like 4

EMBED

Talent Suomi, talent suomi, Fanny Lappalainen, talent_s04_e06

Talent Suomi

Klippi

Jakso 6: Anna-Liisa Viinikka vie meidät 60-luvulle ja saa Mikko Von Hertzenin tanssimaan!
Satu Helenius | Julkaistu: la 06.10.2012 klo 20:55
Anna-Liisan, 63, asennetta ei voi kuin ihailla! Hän laulaa 50 - 60-luvun henkistä musiikkia, joka uppoaa niin yleisöön kuin Talentin tuomareihin. Mikko Von Hertzen nousee ensimmäisenä napsuttelemaan ja tanssahtelemaan. Janne ja Maria seuraavat perässä ja pyörähtelevät tuomaripöydän takana. Maria ja Janne ovat lopulta sitä mieltä, että Talent Suomi ei ole Anna-Liisan oikea paikka, vaikka hän ihana nainen onkin.

Kommentit (1)

Like 4

EMBED

Talent Suomi, talent suomi, Anna-Liisa Viinikka, talent_s04_e06

HS. Julkaistu: ma 01.10.2012 klo 23:00 | KULTTUURI

CD-levy täytti 30 vuotta



HS. Julkaistu: su 07.10.2012 klo 17:30 | KULTTUURI

Mark Lewisohnin kolmiosainen Beatles-historiikki viivästyy



Mark Lewisohnin kolmiosaisen The Beatles -historiikin ensimmäistä osaa ei voida julkaista tänäkään vuonna, historioitsija tunnusti BBC:n radiohaastattelussa lauantaina.

Kommentit Like 4

Kulttuurin uutisotsikot

Mark Lewisohnin kolmiosainen Beatles-historiikki viivästyy

Sunnuntai 07.10.2012

Mark Lewisohnin kolmiosaisen The Beatles -historiikin ensimmäistä osaa ei voida julkaista tänäkään vuonna, historioitsija tunnusti BBC:n radiohaastattelussa lauantaina.

- » Nighwishin uusi solisti vakuutti San Diegossa
- » Päivän menotärppi: Kansainvälinen avaruusviikonloppu Heurekassa
- » Päivän menotärpit: Megapolis-festivaali Kiasmassa
- » Radion sinfoniaorkesteri saa Roger Norringtonin tilalle Esa-Pekka Salosen

Lue myös nämä





Uusimmat Suosituimmat

21:22 Minkä version Erinin kappaleista haluat kuulla ennakkoon? Äänestä!

21:17 ManU höykytti Newcastlea ja nousi toiseksi HS.

20:48 Liam Neeson runnoi itsensä jenkikärkeen

20:30 Paras Bond-tunnuskappale valittu!

PE 12.10.	LA 13.10.	SU 14.10.	MA 15.10.	TI 16.10.	KE 17.10.	TO 18.10.	PE 19.10.	LA 20.10.	SU 21.10.	MA 22.10.	TI 23.10.	KE 24.10.	TO 25.10.	PE 26.10.
YLE2	MTV3	Nelonen		Jim		Liv								
Uutisikkuna	05:20 Aamusää	06:20 Ostosruutu	06:00 Älypää kuvavisa	07:15 Ostosruutu	<div> Toteutamme 100 hyvää tekoa – ehdota ja vaikuta! »   Klikkaa tästä! Ilmainen toimitus! </div>									
PIKKU KAKKONEN	05:50 Studio55.fi	06:40 Ostosruutu	09:05 Ostosruutu	08:45 Neulontakerho										
Nalle Luppakorva: mummo	06:25 Huomenta Suomi	07:00 Disneyn esikoulu: Viidakon vauhtiviikarit	10:05 Ostosruutu	09:15 Pienten perhe										
Possu Pallero	09:25 Studio55.fi	07:25 Disney esittää: Timon ja Pumba (S)	11:05 Ostosruutu	09:45 Hulluna häämekkoihin (S)										
Anton Siilinen	10:00 Mitä tänään syötäisiin?	07:50 Disney esittää: Aku ja kumppanit		10:15 Jaksu paremmin										
Vertailuruutu	10:05 Tunteita ja tuoksua (7)	07:55 Lazy Town (S)		10:45 Koirantrimmaajat kilpasilla										
Noksu	11:00 Emmerdale (S)	08:25 Vaaleanpunainen pantteri		11:45 Tanssi peppu pieneksi										
Minun nimeni on	11:30 Emmerdale (S)	08:30 Sinkkuisä Gary (S)												
Hupsu pikku n		09:00 Heikin lähiruokaa												
Pikku Kakkosen		09:30 Vauvan tarina												
Disney esittää: Manu		10:00 Budjettiviikonloppu Euroopassa												
Galaxi		10:30 Kodikkaasti vuokralla												
Galaxi: Bofori(7)		11:00 Ostosruutu												
Lentävät lääkärit		11:40 Ostosruutu												
Yle Uutiset a														
Yle Uutiset is-Suomi														
Yle Uutiset r-Suomi														
Yle Uutiset Häme														
Yle Uutiset Keski-														
Yle Uutiset Itä-														
Yle Uutiset maa														
Yle Uutiset -Suomi														
Yle Uutiset issa	18:00 Emmerdale (S)	18:10 Eläintenpelastustiimi	18:00 MasterChef Australia	18:00 Supernanny	18									
Jalkapallon MM arsin	18:30 Emmerdale (7)	18:45 Nelosen uutiset	19:00 Muuttajat	19:00 Luksusmammat	18									
Yle Uutiset	19:00 Seitsemän Uutiset	18:55 Nelosen sää	19:30 Muuttajat	19:30 Ullan unelmakakku	19									
Jalkapallon MM arsin	19:20 Päivän sää	19:00 Junior MasterChef	20:00 Muuttajat	20:00 Hurja remontti	19									
Isot ja pienet (7)	19:30 Salatut elämät (7)	20:00 Vain elämää	20:30 Muuttajat	20:57 Keno	(S)									
	20:05 Heikki & Mikko Show				20									
Tartu Mikkiin	21:00 Mercyn sairaala (7)	21:25 Keno	21:00 JIM D Rikos: Salattu kaupunki	21:00 Unelmien poikamiestyttö	21									
Yle Uutiset		21:30 Elokuva: Vaarallinen tehtävä II (16)	22:00 Nelonen Pro esittää: SM-liiga Jokerit - Pelicans	22:05 Kumman kaa	22									
Kova laki: ikkikkö (16)	22:00 Kymmenen Uutiset	00:05 Nelosen uutiset	00:00 Poliisit	22:35 Kumman kaa	23									
Poliisi-tv	22:20 Päivän sää	00:15 Nelosen sää	00:30 Poliisit	23:05 Tuhkurinprinsessat	00									
Ykskaks paksuna	22:25 Tuloruutu	00:20 SM-liigan huippuhetket	01:00 Taksi	23:35 Arvostelee mun illallinen Suomessa	00									
Funny or Dies (16)	22:35 Formula 1: vapaat harjoitukset	00:25 Weeds (16)	01:30 Taksi	00:05 Lapsiperheen taloprojekti	01									
	23:05 X-Files: Usko koetuksella (16)	01:05 Elokuva: Juoksee saksien kanssa (16)	02:00 Outoa vai mitä? (12)	00:35 Älypää-TV	02									
	01:10 Rubicon (12)	03:35 Älypää-TV	03:05 JIM D Rikos: Rikostutkintaa Aasiassa (12)											
	02:10 MTV3 Deitti		04:05 South Park (12)											
			04:35 South Park (12)											
			05:00 Pelastushelikopteri											
			05:30 Pelastushelikopteri											



Ohjelmat

Junior MasterChef

Hän on ensimmäinen Junior MasterChef!

Suomen kaikkien aikojen ensimmäinen Junior MasterChef selvisi tiukan finaalin jälkeen. Käy katsomassa finaalin tunnelmat sivuiltamme!



Olipa kerran

Olipa kerran on Nelosen uusi sarja

Amerikkalaiskatsojat hurmannut Disneyn draamasarja tuo satuhahmot nykypäivään ja meidän arkimaailmaamme. Nelosella 14.10. alkaen sunnuntaisin klo 20.

Ruutu.fi - katso nyt



Dance

Live-lähettykset alkoivat!



Talent Suomi

Suomi on täynnä lahjakkaita ihmisiä.



Hyvät ja huonot uutiset

Vieraana Paleface.



Mad Men

Kun naiset olivat naisia ja miehet miehiä.



Tuuri

Pohojalaaset tuloo taas - isosti.



Neljän tähden illallinen

Reilun petin henki.

Viihdeuutiset



Minkä version Erinin kappaleista haluat kuulla ennakkoon? Äänestä!

Sunnuntai 07.10.2012

Viime perjantaina käynnistynyt Vain elämää -musiikkiviihdeohjelma jatkuu ensi perjantaina Erinin jaksolla.

- » Liam Neeson runnoi itsensä jenkikärkeen
- » Paras Bond-tunnuskappale valittu!
- » Lady Gaga rikkoi uuden Twitter-haamurajan

Nelonen nyt

Sunnuntai 07.10.2012

00:00 Nelosen uutiset



4	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
4	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
4	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
4	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
4	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
liv	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
JIM	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
ruutu	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
AR	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter
Radio Aalto	OHJELMAOPAS	UUTISET	URHEILU	SÄÄ	KILPAILUT	PELIT	15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter

PRODUKTIO

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	live	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter	

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	live	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter	
	MOTO GP SM-LIIGA SNOOKER PESÄPALLO				VALIOLIIGA LENTOPALLO FORMULA SKI CROSS			

76

PRODUKTIO

4 PRO 1
4 PERHE
4 KINO
4 MAAILMA
live
JIM
ruutu
Radio Aalto
RADIO ROCK

4

OHJELMAOPAS UUTISET URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT

15 Lokakuu

25° Helsinki

Hae Nelonen.fi
Kirjautu sisään
Pinterest facebook YouTube twitter

Lokakuu
Omat suosikit

M	T	K	T	P	L	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

4 PRO 1
4 PERHE
4 KINO
4 MAAILMA
live
JIM
ruutu
Radio Aalto
RADIO ROCK

4

OHJELMAOPAS UUTISET URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT


15 Lokakuu

25° Helsinki

Hae Nelonen.fi
Kirjautu sisään
Pinterest facebook YouTube twitter

Lokakuu
Omat suosikit

M	T	K	T	P	L	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18



4
DEXTER
20.15 – 21.15
Joka torstai.

PRODUKTIO

4 PRO 1

4 PERHE

4 KINO

4 MAAILMA

live

JIM

4

OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT

15 Lokakuu

ruutu

Radio Aalto

RADIO ROCK

Hae Nelonen.fi

Kirjautu sisään

Pinterest facebook YouTube twitter

25° Helsinki

Suomi

Helsinki

12 TUNNIN ENNUSTE

21:00	24:00	03:00	06:00	09:00
18°	16°	12°	15°	19°

VIIDEN VUOROKAUDEN ENNUSTE

21:00	24:00	03:00	06:00	09:00
19°	21°	20°	22°	17°

4 PRO 1

4 PERHE

4 KINO

4 MAAILMA

live

JIM

4

OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT

15 Lokakuu

ruutu

Radio Aalto

RADIO ROCK

Hae Nelonen.fi

Kirjautu sisään

Pinterest facebook YouTube twitter

-3° Helsinki

Suomi


Helsinki

12 TUNNIN ENNUSTE

21:00	24:00	03:00	06:00	09:00
-6°	-4°	-2°	-3°	-1°




VIIDEN VUOROKAUDEN ENNUSTE

21:00	24:00	03:00	06:00	09:00
-7°	-9°	-8°	-3°	-2°

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	lie	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjaudu sisään Pinterest facebook YouTube twitter Repin Like Comment  Dexter 79 likes 1 comment 260 repins EJ Spurrell onto TV Shows Krystle Land @Lauren Brooks	

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	lie	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjaudu sisään Pinterest facebook YouTube twitter  ILOTULITUKSEN SM 2012 Nelonen 09.10.2012 2:31  DEXTER TRAILERI 2013 Nelonen 10.10.2012 1:54  WEEDS KULISSIEN TAKANA Nelonen 09.10.2012 2:12  MOTO GP BAHRRAIN Nelonen 08.10.2012 10:23	

PRODUKTIO

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	live	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter	
							 VAIN ELÄMÄÄ @majajamaja Ole hyvä! Ja ensi viikolla taas lisää.	
							 VAIN ELÄMÄÄ @elinaT Ihana ohjelma!!!	
							 DEXTER @MikkoM Uudet jaksot potkii tosi kovaa.	
							 JIM @Rape Rekkamies Lisää ohjelmia isoista rekoista!	

80
PRODUKTIO

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	lie	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter	
4	18.00 SUURIN PUDOTTAJA	19.00 WEEDS			20.15 DEXTER	21.30 MYÖHÄIS UUTiset	TITANIC	

4 PRO 1	4 PERHE	4 KINO	4 MAAILMA	lie	JIM	ruutu	Radio Aalto	RADIO ROCK
4	OHJELMAOPAS UUTiset URHEILU SÄÄ KILPAILUT PELIT				15 Lokakuu	25° Helsinki	Hae Nelonen.fi Kirjautu sisään Pinterest facebook YouTube twitter	
4	18.00 SUURIN PUDOTTAJA	19.00 WEEDS			20.15 DEXTER	21.30 MYÖHÄIS UUTiset	TITANIC	
4	18.00 SNOOKER EURO TOUR	18.40 FORMULA			20.00 VAPAAOTTELUN MM-KISAT	21.30 NYRKEILYN EURO CUP	JALKAPALLO	
4	18.00 SNOOKER EURO TOUR	19.15 KARVINEN			20.30 PEKKA TÖPÖHÄNTÄ	21.30 MYÖHÄIS UUTiset	YÖPUU	
4	17.05 TERÄSMIES	18.30 MEMENTO	19.00 BOND 007			21.40 IRON SKY		
4	17.30 MAAILMAN MAKUJA	18.30 MATKALLA KIINASSA	19.00 VÄLIPALA		19.55 ILTAPALA	21.30 UUDET KUJEET	YÖPALA	
lie	17.45 KOTI KUNTOON PIKKURAHALLA	19.00 IHANA DIETTI			20.00 ELÄMYSMATKA ISLANTIIN	21.30 RUOTSIN KUNINKAALLISET	PARISUHDE KU	
JIM	17.55 MIESTEN MAAILMA	19.00 ISOT KONEET			20.00 POLIISIT	21.30 F1 VARIKOLLA	22.45 DOKU	

4	17.05 TERÄSMIES	18.30 MEMENTO	19.00 BOND 007			21.40 IRON SKY		
4	17.30 MAAILMAN MAKUJA	18.30 MATKALLA KIINASSA	<div> <div> BOND 007 19.00 – 21.40 Jännitystä syysiltaan. Bond pelastaa maailman taas pahalta. </div> </div>			21.30 UUDET KUJEET	22.30 YÖPALA	
lie	17.45 KOTI KUNTOON PIKKURAHALLA	19.00 IHANA DIETTI			20.00 ELÄMYSMATKA ISLANTIIN	21.30 RUOTSIN KUNINKAALLISET	22.30 PARISUHDE KU	

Radio Aalto	▶	◀	LED ZEPPELIN, STAIRWAY TO HEAVEN	RR	▶	◀	METALLICA, MASTER OF PUPPETS
-------------	---	---	----------------------------------	----	---	---	------------------------------

WEEDS

21:00

KAUDEN VIIMEINEN JAKSO

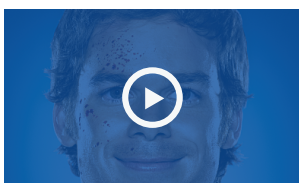
Miten kotiäidin huumebisnekselle käy?

SEURAAVAKSI ► DEXTER 22:00

ruutu
3 JAKSOA
K 14



4 NELONEN



Dexter palaa ruutuun uusilla jaksolla.

Lauantai 4.10 klo 22:30



Moto GP kausi starttaa. Kalliolla paljon näytettävää

Lauantai 4.10 klo 19:00



Kaikki Bondit Neloselta. 50 vuotta viihdettä.

Lokakuun joka perjantai



Black Swan
Maailma pelastuu

Lauantaina 4.10 klo 21:00



4 NELONEN PRO



Viikonlopun formuloiden parhaat palat

Lauantaina 4.10 klo 12:30



Miesten finaali
Tennis, Lontoo

Sunnuntai 5.10 klo 16:00



Naisten semifinaali
Tennis, Lontoo

Lauantai 4.10 klo 14:00



Formula 1
Bahrainin osakilpailu

Perjantai 3.10 klo 18:00

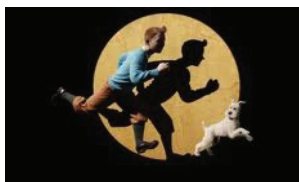


4 PERHEOHJELMAT



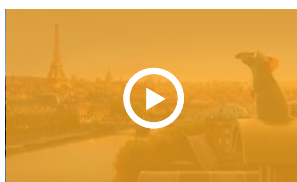
Pingu
Jääpuikko

Lauantaina 4.10 klo 12:30



Tintti seikkailee
Tintti Shanghaissa

Sunnuntai 5.10 klo 16:00



Juustomestari
Rotan päivät

Lauantai 4.10 klo 14:00



Simpson Movie
Donitseja Homerille

Perjantai 3.10 klo 18:00



4

Elokuvat

Vielä ehdit

**TWILIGHT**

(USA 2010)

54 MIN

**VEIJARI**

(BRITANNIA-USA 2008)

109 MIN

**VALTION VIHOLLINEN**

(BRITANNIA-USA 1998)

118 MIN

**LINNAKE**

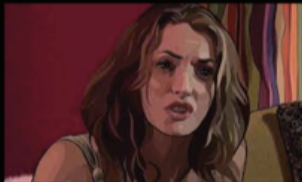
(BRITANNIA-USA 1998)

117 MIN

**AFGANISTAN**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**ANIMA**

(BRITANNIA-USA 1998)

131 MIN

**DRIVE**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**SHERLOCK HOLMES**

(BRITANNIA-USA 1998)

145 MIN

**FATHER IN LAW**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**ANTZ 2054**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**SKATE**

(BRITANNIA-USA 1998)

134 MIN

**THE EXPENDABLES**

(BRITANNIA-USA 1998)

109 MIN

**FLASH**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**STAR WARS**

(BRITANNIA-USA 1998)

145 MIN

**PRIEST**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**JUSTICE**

(BRITANNIA-USA 1998)

122 MIN

**TOKIO**

(BRITANNIA-USA 1998)

122 MIN

**BAR & BAR**

(BRITANNIA-USA 1998)

132 MIN

**LONDON**

(BRITANNIA-USA 1998)

131 MIN

**KARATE KID**

(BRITANNIA-USA 1998)

172 MIN

PRODUKTIO

**BOXER**

141 MIN

(SAKSA-USA 1998)

**TERMINATOR**

132 MIN

(USA 1994)

**CORKY PARK**

104 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**FLIRT**

131 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**TIGER**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**HANGOVER II**

108 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**VICTORS**

113 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**VIETNAM**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**BOURNE LEGACY**

142 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**CUBE**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**ALIEN 5**

111 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**APOLLO 18**

109 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**BLUE**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**BEACH**

111 MIN

(USA 1998)

**DREDD**

136 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**POPE**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**JOHN CARTER**

135 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**PIRATES**

132 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**GANGSTER SQUAD**

152 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

**TITANIC**

672 MIN

(BRITANNIA-USA 1998)

